

**RETORIKA DAKWAH USTADZ AKANG ANOM PADA AKUN
TIKTOK @AKANGANOM313**

(Studi Retorika Aristoteles)



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

LUGI MUHAMMAD NUR LATIF

NIM. 2017102157

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya:

Nama : Lugi Muhammad Nur Latif
NIM : 2017102157
Jenjang : S-1
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul **“Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Akun Tiktok Akang Anom313”** Ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya saya sendiri, bukan buatan oleh orang lain, bukan juga terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang saya peroleh.

Purowokerto, 07 Januari 2025



Lugi Muhammad Nur Latif
NIM. 2017102157



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

*Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id*

**PENGESAHAN
Skripsi Berjudul
RETORIKA DAKWAH USTADZ AKANG ANOM PADA AKUN TIKTOK
AKANGANOM313 (Studi Retorika Aristoteles)**

Yang disusun oleh Lugi Muhammad Nur Latif NIM. 2017102157 Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifudin Zuhri, telah diujikan pada hari Selasa tanggal 14 Januari 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Komunikasi Penyiaran Islam** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Arsam, M.S.I.

NIP.19780612200901 1 011

Sekretaris Sidang/Penguji II

Lutfi Faishol, M.Pd.

NIP. 19921028201903 1 013

Penguji Utama

Dr. Nawawi, M.Hum.

NIP. 19710508199803 1 003

— Mengesahkan,

Purwokerto, 16 Januari 2025

Dekan,



Dr. Muskinul Fuad, M.Ag.

NIP. 19741226 200003 1 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Assalamu 'alaikum. Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari:

Nama : Lugi Muhammad Nur Latif
NIM : 2017102157
Jenjang : S-1
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah
Judul : Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Akun Tiktok
@akanganom313 (Studi Retorika Aristoteles)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya saya sampaikan terimakasih

Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb

Purwokerto, 08 Januari 2025

Pembimbing

Arsam, M.S.I

NIP. 197806122009011011

RETORIKA DAKWAH USTADZ AKANG ANOM PADA AKUN TIKTOK AKANG ANOM313

(Studi Retorika Aristoteles)

LUGI MUHAMMAD NUR LATIF

2017102157

ABSTRAK

Dakwah sebagai proses penyampaian pesan-pesan keagamaan memiliki peran penting dalam membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai agama. Dalam era digital, pendekatan dakwah mengalami transformasi signifikan, salah satunya dengan memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok. Dalam berdakwah Retorika sangat penting untuk dikuasai oleh pendakwah. Retorika sebagai seni persuasi dalam menyampaikan pesan. Retorika tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan emosional antara pendakwah dan audiensnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Retorika Dakwah Ustad Akang Anom di Tiktok. Dengan menggunakan Penelitian pendekatan kualitatif model deskriptif dengan metode analisis isi. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori retorika Aristoteles terhadap tiga aspek retorik ethos, pathos, dan logos. Sumber data primer berasal dari video dakwah ustadz akang anom di tiktok, sedangkan data sekunder diperoleh lewat buku, website, jurnal, artikel dan skripsi.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Akang Anom menerapkan tiga bukti retorik, yaitu ethos, pathos, logos dalam setiap video dakwahnya. Dengan menerapkan indikator pada ethos yaitu kredibilitas, integritas moral, dan koneksi emosional, kemudian pada pathos dengan indikator yaitu, menggerakkan audiens, membangun koneksi, meningkatkan retensi pesan, komplemen pada logos dan ethos, dan menyentuh isu sosial, kemudian yang terakhir logos yang merujuk pada penggunaan argumen yang logis dan rasional. Ustadz Akang Anom berhasil menguasai retorika melalui penyampaian dakwahnya.

Kata Kunci : Dakwah, Retorika, Tik Tok, Akang Anom

**USTADZ AKANG ANOM'S DAKWAH RHETORIC ON AKANG ANOM313'S
TIKTOK ACCOUNT
(Aristoteles Rhetorical Studies)**

**LUGI MUHAMMAD NUR LATIF
2017102157**

ABSTRACT

Da'wah as a process of conveying religious messages has an important role in building public awareness and understanding of values religion. In the digital era, the da'wah approach has undergone a significant transformation, one of which is by utilizing social media platforms such as TikTok. In preaching Rhetoric is very important for preachers to master. Rhetoric as the art of persuasion in conveying messages. Rhetoric not only functions to convey information, but also builds an emotional connection between the preacher and his audience.

This research aims to determine Ustadz Akang Anom's Da'wah Rhetoric on Tiktok. By using a qualitative research approach, descriptive model with content analysis method. The theory used in this research is Aristotle's rhetorical theory regarding the three rhetorical aspects of ethos, pathos, and logos. The primary data source comes from Ustadz Akang Anom's preaching video on TikTok, while secondary data is obtained through books, websites, journals, articles and theses.

The research results show that Ustadz Akang Anom applies three rhetorical evidence, namely ethos, pathos, logos in each of his preaching videos. By applying indicators to ethos, namely credibility, moral integrity, and emotional connection, then to pathos with indicators, namely, moving the audience, building connections, increasing message retention, complementing logos and ethos, and touching on social issues, then finally logos which refers to use of logical and rational arguments. Ustadz Akang Anom succeeded in mastering rhetoric through delivering his preaching.

Keywords: Da'wah, Rhetoric, TikTok, Akang Anom

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamiin, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan kelancaran kepada hambanya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang telah memberikan do'a, dukungan, dan motivasi. Sehingga dengan penuh ketulusan hati penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Ibu yang selalu memberi dengan penuh dukungan, penuh kasih sayang, dan semua do'a yang dipanjatkan sampai detik ini.
2. Saudara-saudaraku yang telah memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dengan semangat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi sampai tahap akhir dengan lancar dan semangat.
4. Bapak Arsam M.S.I selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, kesempatan, arahan dan kesabaran dalam membimbing penulis sehingga penulis menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas keagungan Allah Swt, yang telah melimpahkan rohmat, hidayah, taufiq dan inayah-Nya menjadikan manusia sebagai makhluk termulia. Al-Faqir ini dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Akun Tiktok Akang Anom313 (Studi Retorika Aristoteles).

Sholawat serta salam tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, manusia pembawa cahaya dengan Al-Qur'an sebagai mukjizat agung-Nya. Semoga kita mendapatkan syafaat-Nya besok di hari akhir. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan, arahan, bimbingan, inspirasi dan motivasi berbagai pihak. Untuk itu, ucapan terima kasih dari hati dan penuh rasa hormat penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M. Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, M. Ag., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam.
4. Dedy Riyadin Saputro, M. I. Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Arsam, M.S.I, dosen pembimbing yang sudah memberikan arahan
6. Segenap dosen dan staf administrasi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Segenap keluarga kampus Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ustadz Akang Anom yang telah membuat Akun Tiktok yang berisikan konten dakwah yang sangat memberikan manfaat bagi banyak orang saat ini.
9. Keluarga Besar Pondok Pesantren Ath-Thohiriyyah Purwokerto, wabil khusus Alm. Abuya Thoha Alawy AL-Hafidz. dan Ibu Nyai Tasdiqoh, dewan asatidz,

santri putra-putri yang telah memberikan ilmu yang semoga bermanfaat dunia akhirat. Aamiin.

10. Keluarga besar KPI D 20, yang menjadi teman belajar, mencari pengalaman dan bermain juga saling mendukung dan mengingatkan.
11. Seluruh teman PPL dan Radio Utari Cilacap yang telah banyak sekali memberikan pengalaman kepada saya.
12. Seluruh teman KKN dan Masyarakat Desa Gumelem Kulon yang telah memberikan pengalaman berharga selama proses KKN.
13. Semua pihak-pihak yang banyak memberikan dukungan dalam berbagai bentuk, materi, rohani dan do'a.

Penulis tidak bisa membalas segala kebaikan yang diberikan. Semoga Allah SWT membalas niat baik dengan ganjaran pahala. Semoga skripsi ini dapat memberikan kemanfaatan dan mendorong penulis untuk terus menuntut ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat. Lillahi ta'ala. Aamiin.

Purwokerto, 07 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Lugi Muhammad Nur Latif
NIM. 2017102157

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	7
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Masalah	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Kajian Pustaka	10
G. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Ruang Lingkup Retorika	16
B. Dakwah.....	31
C. Retorika Dakwah	38
D. Media Sosial Tiktok.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Sumber Data	44

C. Teknik Pengumpulan Data	44
D. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Gambaran Umum	48
B. Analisis Isi Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom di Tiktok	68
BAB V PENUTUP.....	86
A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Fitur-fitur Dalam Aplikasi Tiktok.....	42
Tabel 2. Data Video Penelitian Tiktok Akang Anom.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Profil Tiktok Akang Anom	48
Gambar 2. Video Tiktok Akang Anom Dengan Judul “Memperbaiki Diri”	58
Gambar 3. Video Tiktok Akang Anom Dengan Judul “Hukum Memakan Daging Babi Secara Tidak Sengaja”	61
Gambar 4. Video Tiktok Akang Anom Dengan Judul “Kontroversi Abah Gufron” ..	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam merupakan agama dakwah yang mengandung berbagai petunjuk agar setiap individu dapat menjadi manusia yang baik, beradab, dan berkualitas. Ajaran Islam mengajak umatnya untuk senantiasa berbuat kebaikan guna membangun sebuah peradaban yang maju, yang terbebas dari segala bentuk ancaman, penindasan, dan kekhawatiran. Al-Qur'an sebagai sumber utama ajaran Islam menegaskan bahwa dakwah adalah sebuah kewajiban yang harus ditekuni oleh umat Islam. Al-Qur'an juga mendorong umatnya untuk tidak hanya menyampaikan pesan-pesan agama, tetapi juga untuk aktif dalam berusaha memperkuat dan menyebarkan dakwah, sehingga nilai-nilai luhur Islam dapat tersebar luas dan memberikan manfaat bagi seluruh umat manusia¹.

Dakwah adalah salah satu kegiatan fundamental dalam Islam yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran dan nilai-nilai Islam. Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab "da'wah" yang berarti "seruan" atau "ajakan". Dalam konteks Islam, dakwah memiliki peran penting dalam mengajak umat manusia, baik Muslim maupun non-Muslim, untuk mengenal, memahami, dan mengamalkan ajaran Islam. Lebih dari sekadar aktivitas keagamaan, dakwah juga merupakan upaya untuk memperbaiki dan membangun kehidupan yang lebih baik sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Dakwah juga merupakan kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah dalam setiap masa dan keadaan. M. Natsir, seorang tokoh Islam modernis, mengungkapkan dalam bukunya yang monumental, "Fiqhud Da'wah", bahwa dakwah dalam arti luas adalah kewajiban yang harus diemban oleh setiap muslim dan muslimah. Banyak pendapat tentang definisi dakwah, seperti yang dikemukakan oleh Toha Yahya Umar, yakni

¹ Hasan Bastomi, 'Dakwah Bi Al-Hikmah Sebagai Pola Pengembangan Sosial Keagamaan Masyarakat', Jurnal Ilmu Dakwah, 36.2 (2021).

bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

Sedangkan menurut M. Arifin, dakwah adalah kegiatan ajakan yang dilakukan melalui lisan, tulisan, tingkah laku, dan cara lainnya secara sadar dan terencana, dengan tujuan mempengaruhi individu maupun kelompok agar mereka memahami, merasakan, dan mengalami ajaran agama yang disampaikan tanpa adanya unsur paksaan².

Dalam berdakwah, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu unsur-unsur dakwah. Unsur-unsur ini terdiri dari da'i (pelaku), mad'u (mitra dakwah), wasilah (media dakwah), thariqoh (metode dakwah), dan atsar (efek dakwah). Dakwah Islam di era milenial saat ini dihadapkan dengan banyak masalah yang kompleks. Seorang da'i (pendakwah) harus memiliki berbagai kemampuan untuk menghadapi realitas zaman, karena kondisi seperti ini menjadi tantangan tersendiri bagi mereka. Agar dakwahnya pragmatis dalam menangani berbagai jenis masalah dalam ranah umat yang sedang terjadi saat ini, maka diperlukan dai yang mampu untuk menguasai retorika dakwah yang baik.

Seorang da'i, dalam usahanya untuk menyebarkan dan mewujudkan ajaran Islam dalam kehidupan manusia, akan berinteraksi dengan masyarakat yang heterogen. Oleh karena itu, untuk memastikan bahwa dakwah yang disampaikan diterima dengan baik dan mampu mempengaruhi pola pikir serta tingkah laku pendengar, diperlukan penyampaian yang efektif, menggunakan bahasa yang komunikatif, menjiwai pesan yang disampaikan, dan mampu menyesuaikan diri dengan audiensnya. Seorang da'i perlu menguasai seni retorika atau seni berbicara di depan audiens agar dapat menarik dan mempengaruhi mereka dengan efektif.

Retorika adalah kegiatan yang bertujuan untuk menarik perhatian orang banyak dengan menggunakan keahlian berbicara, terutama di

² Muslimin Ritonga, 'Komunikasi Dakwah Zaman Milenial', *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3.1 (2019), pp. 60–77.

hadapan khalayak publik. Lebih dari sekadar itu, retorika juga merupakan seni berkomunikasi baik secara lisan maupun tulisan, yang dapat dilakukan secara individu maupun dalam kelompok, baik secara langsung maupun tidak langsung. Secara umum, retorika dapat disebut sebagai seni berbicara yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat melalui media lisan atau tertulis. Istilah "retorika" berasal dari bahasa Inggris "rhetoric", yang memiliki akar kata dari bahasa Latin "rhetorica", yang berarti ilmu atau seni dalam berbicara.

Sedangkan Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-qur'an dan hadist.³ Dengan mengaplikasikan retorika dakwah tentu akan memberikan keuntungan signifikan dalam menyebarkan ajaran agama dan memotivasi audiens untuk mengamalkan ajaran tersebut. Dengan meningkatkan pemahaman, menarik minat, memotivasi perubahan, dan membangun hubungan yang lebih dekat, retorika dakwah yang efektif dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam dakwah. Melalui strategi komunikasi yang tepat, dai dapat menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih efektif dan berdampak positif, mencapai tujuan dakwah dengan lebih baik,

Setiap da'i memiliki ciri khas yang membedakannya, mulai dari cara berpakaian, pilihan bahasa yang digunakan, hingga gaya retorika yang diterapkan. Gaya seorang da'i memegang peranan yang sangat penting dalam menyampaikan pesan dakwah. Dakwah yang disampaikan dengan karakteristik berbicara yang kuat, dipadukan dengan retorika yang baik, dapat mempengaruhi pendengar untuk lebih memahami pesan yang disampaikan dan mengikuti ajaran yang ditawarkan. Selain itu, dalam menyampaikan materi dakwah, seorang da'i juga membutuhkan media atau sarana yang tepat dan efektif, agar tujuan dakwah dapat tercapai dengan optimal dan memberikan dampak yang positif pada audiens.

³ Abdullah Abdullah, 'Retorika Dan Dakwah Islam', Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah, 10.1 (2019)

Banyak cara yang dapat digunakan untuk mendakwah di zaman modern saat ini, tetapi cara yang paling populer saat ini adalah via digital. Digital adalah komponen yang sangat penting dan bermanfaat dalam melakukan dakwah. Dengan kemajuan teknologi saat ini, memberikan kemudahan untuk menyebarkan dakwah melalui jejaring sosial. Karena setiap orang yang memiliki fasilitas media memiliki wewenang dan kesempatan untuk menyiarkan apa yang ingin mereka sampaikan, sehingga aktivitas ini tidak dapat dihentikan lagi. Adapun salah satu bentuk fasilitas digital media massa yang biasa digunakan saat ini adalah media sosial Tiktok.

TikTok adalah platform pembuatan video kreatif yang didirikan pada September 2016 oleh perusahaan bernama ByteDance dari Tiongkok, China. Aplikasi ini mulai mendapatkan popularitas besar di Indonesia pada tahun 2018 dan bahkan meraih predikat sebagai aplikasi terbaik di Google Play Store. Indonesia juga menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar kedua di dunia setelah Amerika Serikat, dengan lebih dari 126 juta pengguna aktif. Pengguna Tiktok juga harus punya kreatifitas tersendiri, yakni dengan membuat video semenarik mungkin dengan ciri khas yang berbeda dari yang lain. Sehingga video yang diunggah di akun Tiktok mampu menarik minat bagi penonton untuk menikmati video tersebut. Konten video yang diposting di TikTok dirasa dapat menyampaikan informasi secara singkat dan menarik.⁴ TikTok juga menawarkan berbagai jenis konten yang mencerminkan keberagaman minat dan kreativitas penggunanya. Mulai dari konten edukasi, konten hiburan, video kreatif, video inspiratif, video promosi dan berbagai konten menarik lainnya.

Tiktok menjadi aplikasi yang sangat populer saat ini, berbagai jenis konten telah menarik banyak peminat saat ini. Mulai dari kalangan anak-anak, remaja bahkan orang tua sekalipun. Kontennya pun tidak hanya menyuguhkan konten hiburan, banyak juga konten kreator yang

⁴ M D Triyanti and others, *Fenomena Racun TikTok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi COVID-19*, 2022, II.

memanfaatkan Tiktok sebagai tempat untuk membuat konten dakwah. Adapun kontennya dikemas dengan semenarik mungkin, mengikuti tren di zaman ini. Berdakwah di media sosial, terkhusus pada aplikasi Tiktok, harus memperhatikan retorika yang baik agar dakwah yang disampaikan menarik banyak audiens. Banyak akun Tiktok yang menyajikan berbagai video dakwah, diantaranya ada @basyasman00, @syam_elmarusy, @tengkusakhra.ay_, @heyow0, @alinezad, @yudhidarmawan, @abanovall2, @akanganom313 dan konten kreator dakwah lainnya.

Adapun salah satu konten kreator dakwah yang menggunakan aplikasi Tiktok untuk berdakwah, yakni akang anom melalui akun Tiktoknya @akanganom313. Akang anom sering sekali men-stitch berbagai macam video yang memberikan keraguan terhadap penontonya. Akang anom juga kerap membalas komentar dari netizen lewat videonya dengan membuat video tiktok sesuai dengan apa yang ditanyakan dengan menjelaskan se-detail mungkin dan menggunakan dalil yang jelas supaya netizen mampu memahami dan mampu untuk menyerap terkait jawaban dari kang anom. Selain itu juga, Akang anom juga sering membahas topik-topik yang sedang tren, viral atau yang sedang diramalkan oleh publik saat ini.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an, surah An-Nahl ayat 125 yang berbunyi :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya : *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa*

*yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk*⁵. (Q.S An-Nahl: 125)

Selain penjelasannya yang enak didengar dan sumber dalilnya yang jelas, kang anom juga mempunyai Bahasa yang kompleks dan terstruktur. Bahasa yang kerap dipakai oleh Akang anom adalah Bahasa sunda dicampur dengan Bahasa Indonesia. Oleh karena itu, banyak netizen yang mengikuti akun kang anom dengan melihat berbagai konten dakwah yang ada di akun tiktok tersebut. Akang anom juga tidak hanya menyajikan dakwah untuk konten Tiktok saja, tetapi akang anom juga sering di undang baik online maupun secara langsung untuk membahas berbagai fenomena yang sedang terjadi saat ini. Adapun ketika melakukan online yaitu dengan melakukan live di Tiktok dengan tema yang berbeda-beda dan terkadang mengundang beberapa orang mulai dari 2-5 orang melalui tombol Multi-guest yang sudah tersedia di Aplikasi Tiktok untuk bermusyawarah ataupun berdebat mengenai pembahasan yang sudah ditentukan. Dan kerap kali akang anom diundang untuk mengisi pengajian secara langsung diberbagai tempat di daerah tertentu. Di hitung dari Juli 2024 jumlah pengikut akun tiktok @akanganom313 mencapai 1.2 juta dan jumlah like sebanyak 20.6 juta.

Sebagai seorang pendakwah yang masih terbilang muda, akang anom juga mengikuti arus atau suatu hal yang menjadi perbincangan hangat publik. Berbagai fenomena kerap terjadi dan menjadi viral di Aplikasi Tiktok disetiap saat. Fenomenanya sering kali terjadi dalam ranah yang merujuk pada agama, baik itu video yang menyimpang, video yang tidak sesuai dengan sumber hukum atau tidak sesuai dengan dalil-dalil yang sudah ada dan video yang menimbulkan suatu perdebatan. Akang anom sering kali meluruskan fenomena tersebut dengan penjelasan yang kompleks dan terstruktur dengan sudut pandang islam yang jelas sesuai dalil-dalil yang ada. Seperti fenomena problematika pondok pesantren al-

⁵ <https://quran.nu.or.id/an-nahl>

zaitun beberapa waktu lalu yang menjadi kontroversi berbagai masyarakat. Akang anom mengangkat fenomena tersebut dalam kajian dakwahnya secara Live di Akun Tiktoknya dengan mengundang pihak terkait. Konten tersebut mendapat respon dari berbagai kalangan publik.

TikTok adalah platform yang sebagian besar penggunanya adalah generasi muda. Kajian tentang bagaimana elemen retorika dakwah disesuaikan untuk menarik perhatian dan memengaruhi audiens muda melalui komunikasi yang santai, akrab, dan relatable, seperti yang dilakukan oleh Ustadz Akang Anom, masih sangat terbatas. Sehingga penting untuk mengeksplorasi bagaimana retorika tersebut diterapkan dalam videonya di TikTok untuk membangun koneksi emosional, meningkatkan daya tarik pesan, dan menciptakan pengaruh yang efektif pada generasi muda.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membahas permasalahan tersebut dengan judul, Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Akun Tiktok @akanganom313 (Studi Retorika Aristoteles).

B. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata kunci terkait pengertian dan pembatasannya supaya memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Berikut penegasan istilah yang ada dalam penelitian ini;

1. Retorika Dakwah

Retorika dan dakwah memiliki keterkaitan yang erat, sebagaimana dua sisi dari mata uang yang sama. Dalam dakwah, penggunaan bahasa yang sederhana menjadi penting untuk membuat pesan lebih menarik, indah, dan mudah diterima. Penggunaan kata-kata yang efektif, jelas, dan ringkas juga merupakan bagian integral dari retorika dakwah. Salah satu bentuk dakwah yang dikenal sebagai "bil

Lisan" adalah melalui ucapan, yang sering digunakan oleh para dai untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat umum⁶

Retorika adalah istilah tradisional yang mengacu pada seni menggunakan bahasa dengan pengetahuan yang terstruktur dengan baik. Retorika juga merujuk pada prinsip-prinsip yang berkaitan dengan komposisi pidato yang persuasif dan efektif, serta keterampilan yang diperlukan oleh seorang orator (ahli pidato).

Secara etimologi, dakwah bermakna sebagai mengajak, menyeru, atau memanggil. Menurut Munawwir, dakwah memiliki beragam arti seperti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, dan memohon. Secara umum, dakwah merujuk pada kegiatan mengajak atau memanggil orang banyak atau individu untuk mengikuti dan berpartisipasi dalam hal-hal yang baik dan lebih baik. Dakwah mendorong perkembangan dan pertumbuhan gagasan yang dinamis, terus berkembang untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.⁷

Dalam penelitian ini, retorika dakwah yang dimaksud adalah cara penyampaian pesan keagamaan agar bisa diterima oleh netizen, atau khalayak sesuai dengan sumber pedoman umat islam yaitu Al-Qur'an dan Hadits.

2. Akun Tiktok Ustadz Akang Anom @akanganom313

@akanganom313 merupakan akun tiktok resmi Ustadz Akang Anom. Akun tiktok tersebut menampilkan berbagai video yang berisikan berbagai macam tema problematika islam. Mulai dari Pembahasan Ilmu Fiqih, Nahwu, Tauhid dan lainnya. Akun ini lebih fokus pada seputar pertanyaan-pertanyaan dari netizen yang ditanyakan lewat kolom komentar. Tidak hanya itu, beliau juga kerap ikut

⁶Angga Febriyatko, Hasan Busri, Moh Badrih Khusnul Fatimah, 'Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik', *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa Dan Sastra*, 9.2 (2023), pp. 16–23.

⁷Muslem Hamdani, 'Strategi Da'wah Penyuluh Agama Dalam Pembinaan Masyarakat:(Studi Analisis Strategi Penyuluh Agama Di Kemenag Kab. Bireuen)', *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 7.1 (2020), pp. 1–17.

memecahkan suatu masalah dari berbagai isu atau fenomena yang menjadi perbincangan hangat oleh khalayak.

3. Retorika Aristoteles

Aristoteles mengidentifikasi tiga hal penting dari retorika, yaitu ethos, pathos, dan logos. Ethos berkaitan dengan karakter pembicara, pathos dengan emosi atau perasaan pendengar, dan logos dengan argumen atau logika yang disajikan. Tidak hanya itu, Aristoteles juga menjelaskan dalam Retorika juga ada kaitannya dengan dialektika sebagai suatu sistem satu sistem. Karena orang lain butuh untuk mengajukan dan mempertahankan pendapat entah menyerang atau bertahan. Dan perlu diingatkan bahwa dalam retorika dijelaskan dalam buku *the rhetoric* hanya akan ada satu pemenang dalam dalam retorika. Tidak heran Retorika selalu digunakan dalam perdebatan. Prinsip-prinsip retorika klasik, dengan penekanan pada ethos, pathos, dan logos, terus memberikan kerangka dasar untuk komunikasi yang efektif.⁸

C. Rumusan Masalah

Bagaimana retorika dakwah Ustadz Akang anom pada konten dakwahnya di Tiktok?

D. Tujuan Masalah

Untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah Ustadz Akang anom pada konten dakwahnya di tiktok.

E. Manfaat Penelitian

Adapun ada dua aspek manfaat yang diambil dari penelitian ini, yaitu

1. Secara Teoritis

- a. Penulisan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada kemajuan ilmu dakwah, khususnya dalam retorika dakwah, kajian

⁸ Muhammad Irham Habibi, (2024). "Strategi Komunikasi Retorika Klasik Anies Baswedan Pada Debat Pertama Capres 2024". *Jurnal Sindoro Cendikia Pendidikan*, 5(1), 1-10.

media massa, dan media online, serta menjadi referensi bagi penulis selanjutnya.

- b. Peneliti lain yang ingin meneliti lebih lanjut tentang dakwah di media sosial dapat menjadikan hasil penulisan ini sebagai referensi dan sumber informasi.
- c. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi para da'i atau pendakwah.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata (S1) dalam bidang Ilmu Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Manajemen dan Komunikasi Islam UIN SAIZU Purwokerto.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan gambaran mengenai retorika dalam berdakwah oleh Akang Anom melalui media sosial Tiktok.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang konstruktif untuk meningkatkan semangat berdakwah di media sosial.
- d. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan pertimbangan dalam melakukan penelitian berikutnya.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini berguna untuk menghindari kesamaan dan plagiasi dengan penelitian yang lain diantaranya adalah :

1. Penelitian dengan judul “Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok” yang diteliti oleh Unsiyatul Uyun Mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini memfokuskan bagaimana Husain Basyaiban sebagai da'i muda menerapkan retorika dakwah sebagai point utama dalam menyampaikan pesan dakwahnya dalam media sosial Tiktok Teori ini

memiliki kesamaan menggunakan teori retorika oleh Aristoteles.⁹ Sedangkan perbedaannya terdapat pada subjek penelitian. Penulis meneliti pada akun tiktok Ustadz Akang Anom, sedangkan penelitian ini pada akun tiktok Husain Basyaiban. Penelitian ini menyoroti tantangan dan kompleksitas dalam melakukan dakwah di era digital. Peneliti menjelaskan bahwa Husain telah mengatur penerapan retorika dan strategi dakwahnya secara efektif dalam media sosial. Ia mengangkat tema-tema yang sedang fenomenal untuk menarik perhatian audiens, dengan upaya agar konten yang diproduksinya tidak membosankan dan dapat diterima serta diamankan dengan baik oleh seluruh lapisan masyarakat yang menonton videonya.

2. Penelitian dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny” yang diteliti oleh Pira Suswita Mahasiswi dari Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Usuluddin Adab dan Dakwah, UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Sumatra Barat. Penelitian ini terfokus untuk menjawab Bagaimana Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny.¹⁰ Penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk perbedaannya pada subjek penelitian. Penulis meneliti pada akun tiktok Ustadz Akang Anom sedangkan penelitian ini pada Handy Bonny. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya bahasa yang digunakan ustadz Handy Bonny adalah gaya bahasa percakapan dengan menggunakan langsung dan tidaknya pencapaian makna berupa retorik yang mana memiliki unsur asonansi, eufemismus, hiperbola dan litotes.
3. Penelitian yang berjudul “Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki di Channel Youtube Shift Media” karya Vira Eka Savitri 2022. Mahasiswi

⁹ Universitas Islam, Negeri Sunan, and Kalijaga Yogyakarta, ‘Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Unsiyatul Uyun’.

¹⁰ Pira Suswita and others, *Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny, Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 2023, IV.

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ini mendeskripsikan retorika dakwah Hanan Attaki mengandung gaya bahasa klimaks, antiklimaks, paralelisme, antitetis, dan repitisi.¹¹ Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menggunakan teori Retorika Aristoteles. Sedangkan perbedaannya terletak di subjek penelitian, Hanan Attaki sedangkan penelitian ini Ustadz Akang Anom. Skripsi ini menghasilkan kesimpulan gaya retorikadakwah Ustadz Hanan Attaki di *channel* Youtube Shift Media terkait gaya bahasa berdasarkan pilihan kata dan nadamenggunakan gaya bahasa sederhana, singkat, mudah dipahami serta tidak menggunakan gaya bahasa sarkasme. Penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang dipraktikkan oleh Ustadz Hanan Attaki menunjukkan bahwa *ethos* yang dimiliki beliau dalam bidang dakwah sangat tinggi.

4. Penelitian dengan judul “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Youtube” karya Astrid Novia Pahlupy 2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya bahasa, gaya suara, dan gaya tubuh Ustadz Hanan Attaki dari hasil analisis empat video di channel Youtube Lentera Islam News.¹² Persamaan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan metode kualitatif. Dan sama-sama membahas retorika dakwah. Perbedaannya terdapat pada subjek penelitiannya, Ustadz Hanan Attaki, sedangkan peneliti ini tentang Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya bahasa yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki adalah gaya percakapan yang langsung, dengan pencapaian makna retorik yang menggunakan unsur-unsur seperti asonansi, eufemisme, dan kiasan, serta mengandung elemen alegori dan parabel. Gaya suara yang digunakan dalam ceramahnya melibatkan penggunaan pitch (tekanan suara) dan pause (jeda) untuk memberikan pemahaman mendalam tentang isi ceramahnya. Selain itu, gerakan tubuh, sikap tegap seorang ustadz,

¹¹ Vira Eka Savitri, ‘Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Channel Youtube Shift Media’ (Uin Syarif Hidayatullah, 2022).

¹² Astrid Novia Pahlupy, ‘Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Youtube’ (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019).

penampilan dan pakaian, ekspresi gerakan tangan, serta kontak mata digunakan sebagai penunjang dalam beretorika. Hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan efektif kepada pendengar (dai maupun mad'u) sesuai dengan yang diharapkan, Sedangkan menulis melibatkan pada tiga video yang diteliti dengan analisis padaa ethos, pathos, logos dengan dikaitkan pada tiap indikatornya.

5. Penelitian dengan judul Retorika Pendakwah Haneen Akira Pada Generasi Z di Youtube. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaannya, penelitian ini menggunakan konsep retorika dan teori public speaking Stephen E Lucas terkait metode penyampaian dan pidato, sedangkan penulis menggunakan teori retorika Aristoteles pada aspek retorik ethos, pathos, logos. Objek dalam penelitian ini adalah retorika pendakwah Haneen Akira dan Subjeknya adalah Haneen Akira. Penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Objek dan subjek penelitian ini adalah Retorika Dakwah Haneen Akira di Youtube dan Haneen Akira. Sedangkan penulis pada Retorika Dakwah Akang Anom dan Media Tiktok Akang Anom.
6. Penelitian dengan judul Retorika Dakwah Ustadz Hilman Fauzi Melalui Media Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan menggunakan teori the five cannons of rhetoric dan gaya bahasa, sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan teori retorika Aristoteles terhadap tiga retorik yaitu, ethos, pathos, dan logos. Pada penelitian tersebut berhasil menunjukkan bahwa ustadz hilman fauzi telah memenuhi the five canons of rhetoric, sedangkan penulis pada penelitiannya berhasil menunjukkan bahwa Akang Anom berhasil menggunakan retorika Aristoteles yaitu ethos,pathos, dan logos pada dakwahnya

7. Penelitian dengan judul Retorika Dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhilah Melalui Tiktok. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, sedangkan penulis menggunakan penelitian pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Penelitian ini menggunakan teori The Five Canons of Rhetoric dan gaya Bahasa berdasarkan pilihan kata dan nada. Sedangkan penulis menggunakan teori retorika Aristoteles terhadap tiga retorik ethos, pathos, dan logos pada setiap indikatornya masing-masing. Objek pada penelitian ini adalah retorika dakwah Ustadzah Syifa Nurfadhila dan subjeknya adalah Ustadzah Syifa Nurfadhila, sedangkan penulis retorika dakwah Ustadz Akang Anom dan Ustadz Akang Anom.
8. Penelitian dengan judul Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube. Penelitian ini retorika dakwahnya fokus melalui prinsip retorika, sedangkan penulis melalui retorika Aristoteles terhadap tiga retorik yaitu, ethos, pathos, dan logos. Penelitian ini sama-sama membahas bagaimana retorika dakwahnya di tiktok dan pada penelitian ini juga sama-sama menggunakan teori retorika Aristoteles.
9. Penelitian dengan judul Retorika Dakwah K.H Abdullah Gymnastiar di Channel Youtube Aagym Official. Penelitian ini lebih fokus membahas pada gaya retorika dakwah aa gym di channel youtube Aagym Official, sedangkan penulis membahas retorika dakwah ustadz akang anom di tiktok dengan menggunakan retorika Aristoteles terhadap tiga retorik yaitu ethos, pathos, dan logos dengan dikaitkan pada tiap indikatornya masing-masing. Pada penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan sama-sama menggunakan teori retorika Aristoteles. Penelitian ini juga sama-sama menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.
10. Penelitian dengan judul Retorika Dakwah Ustadz Khalid Basalamah Dalam Kajian Dosa-dosa Besar di Youtube. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif paradigma konstruktivisme,

sedangkan penulis pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini fokus membahas pada retorika dakwah Ustadz Khalid Basalamah dalam kajian dosa-dosa besar yang menekankan pada gaya bahasa. Sedangkan penulis lebih fokus membahas pada retorika dakwah ustadz akang anom pada akun tiktoknya dengan ethos, pathos, dan logosnya dengan dikaitkan pada tiap indikatornya masing-masing. Penelitian ini sama-sama menggunakan teori retorika Aristoteles.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini, penulis menentukan system penulisannya ke pokok-pokok sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan. Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, landasan teori, kajian pustaka dan sistematika pembahasan

BAB II Landasan Teori. Bab ini akan membahas ide-ide dan gagasan tentang perencanaan penelitian dan membahas teori yang sesuai dan digunakan dalam penelitian, meliputi : ruang lingkup retorika, dakwah, dan media sosial tiktok.

BAB III Metode Penelitian Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi, yang menggambarkan secara mendetail semua data yang dikumpulkan dari dokumentasi dan observasi. Setelah data diperoleh melalui dokumentasi, langkah berikutnya adalah menganalisis data, data tersebut kemudian dikumpulkan, kemudian data diolah dan disusun ke dalam bagian-bagian yang spesifik.

BAB IV Hasil dan Pembahasan. Mencakup semua aspek dari pengumpulan data penelitian, analisis data, interpretasi, dan pembahasan yang menyimpulkan temuan penelitian.

BAB V Penutup. Hasil penelitian ini mencakup inti dari temuan yang merupakan simpulan yang menjawab tujuan dari penelitian ini, serta saran atau rekomendasi yang relevan berdasarkan hasil penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Ruang Lingkup Retorika

1. Pengertian Retorika

Secara etimologis, kata "retorika" berasal dari bahasa Latin *rhetorica* yang berarti seni berbicara. Dalam bahasa Inggris, istilah ini dikenal dengan *rhetoric*, yang merujuk pada keahlian dalam berbicara atau berpidato. Sementara dalam bahasa Belanda, terdapat istilah *retorica* yang diartikan sebagai ilmu pidato, yaitu penggunaan kata-kata dengan gaya yang indah. Secara sempit, retorika dipahami sebagai ilmu atau seni berbicara, namun dalam pengertian yang lebih luas, retorika merujuk pada kemampuan berbahasa, baik secara lisan maupun tulisan.¹³

Retorika adalah seni dalam berbahasa dan berbicara di depan umum. Sebagai sebuah ilmu, retorika memiliki beberapa karakteristik, yaitu rasional, empiris, umum, dan akumulatif. Rasional berarti bahwa apa yang disampaikan dalam retorika didasarkan pada alasan yang kuat atau logika yang jelas. Empiris menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan dalam retorika bersifat berdasarkan fakta. Umum mengacu pada fakta bahwa apa yang disampaikan dalam retorika tidak bersifat rahasia. Akumulatif berarti retorika berkembang sebagai ilmu yang mengakui pentingnya kemampuan berbicara di depan umum.¹⁴ Aristoteles, seorang filsuf Yunani, mengatakan bahwa retorika adalah seni mempengaruhi atau persuasi orang lain. Secara khusus, retorika adalah bidang kecerdasan yang mencakup cara berbicara dengan jelas

¹³ Muhamad Ikhsan, 'Keahlian Retorika Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Universitas Mathla'ul Anwar Banten', *Jurnal Artikula*, 6.1 (2023)

¹⁴ Regi Raisa Rahman, Atjep Muhlis, and Acep Aripudin, 'Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi Di Video Youtube', *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.1 (2020), pp. 45-64

dan tegas di hadapan publik dengan strategi persuasi yang sesuai dengan situasi. Plato memahami retorika secara mendalam, menggambarannya sebagai seni untuk mengontrol pikiran orang-orang melalui kekuatan kata-kata.¹⁵

Aristoteles dengan tegas menyatakan bahwa retorika merupakan ilmu yang berdiri sendiri dan setara dengan ilmu-ilmu lainnya. Sebagai sebuah ilmu, retorika berfokus pada penyampaian kebenaran melalui penataan tutur yang efektif dan etis, bukan dengan cara yang bombastis atau kosong tanpa makna. Aristoteles juga menekankan bahwa retorika tidak seharusnya digolongkan ke dalam kategori ilmu lain, melainkan ilmu-ilmu lainlah yang memanfaatkan retorika, khususnya saat menjelaskan temuan-temuan yang ada..¹⁶

Retorika memiliki kaitan erat dengan logika, mulai dari berbicara, menyampaikan argumentasi, menyampaikan gagasan serta mindset harus disusun dan diurutkan menggunakan bahasa yang logis sehingga enak untuk didengar, mudah diterima dan dapat menarik audiens. Tanpa adanya bukti yang logis, hal tersebut akan menimbulkan suatu keraguan bagi audiens. Terlebih lagi jika hal yang disampaikan merupakan pembahasan yang masuk ke ranah keagamaan.

Pengertian ahli tentang retorika telah berkembang seiring dengan waktu. Tapi ketika mempelajarinya dengan lebih lanjut, akan menemukan bahwa semua definisi tersebut memiliki arti yang sama. Ini mengarah pada gagasan bahwa retorika adalah seni berbicara dengan menggunakan metode tertentu.

Retorika, yang berasal dari bahasa Yunani "rhetour" dan dalam bahasa Inggris dikenal dengan kata "orator", merujuk pada individu

¹⁵ Fatimah, Khusnul, et al. "Estetika Bahasa dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik." *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra* 9.2 (2023): 1068-1089.

¹⁶ *Retorika Dakwah Tokoh Fatimah Dalam Film Merindu Cahaya De Amstel.*

yang memiliki kemampuan atau keahlian dalam berbicara di depan umum. Kedua istilah tersebut mengacu pada orang yang dapat menyampaikan pidato atau argumen secara efektif untuk mempengaruhi pendengarnya. Secara umum, retorika dapat diartikan sebagai ilmu atau seni dalam berbicara di hadapan orang banyak atau kemampuan dalam menyusun pidato yang persuasif. Ilmu ini mencakup teknik-teknik untuk menyampaikan pesan dengan cara yang jelas, meyakinkan, dan menarik perhatian audiens. Dalam konteks yang lebih luas, retorika juga melibatkan penggunaan bahasa yang efektif untuk memengaruhi persepsi dan emosi pendengar. Berikut adalah beberapa pengertian retorika menurut para ahli yang menggambarkan lebih dalam tentang konsep ini;¹⁷

- a. Menurut Plato, retorika adalah sebuah seni yang digunakan untuk mempengaruhi atau merebut hati orang lain melalui pemilihan dan penggunaan kata-kata yang tepat. Dalam pandangannya, retorika bukan hanya sekadar kemampuan berbicara di depan umum, tetapi juga sebuah cara untuk meyakinkan dan menyentuh emosi audiens dengan kata-kata yang dipilih dengan cermat dan penuh pertimbangan.
- b. Menurut Hornby dan Parwell, retorika adalah seni berbicara yang bertujuan untuk mempengaruhi dan membuat kesan pada banyak orang. Dalam hal ini, retorika menekankan pada aspek seni dalam penyampaian pesan, sehingga komunikasi yang dilakukan tidak hanya dapat menghibur dan menarik perhatian, tetapi juga mampu memberikan informasi yang jelas dan bermanfaat bagi audiens.
- c. Menurut D. Beckett, retorika adalah seni untuk mempengaruhi individu atau kelompok besar dengan menggunakan kata-kata yang diolah melalui unsur-unsur retorika. Tujuan dari penggunaan teknik ini adalah agar pesan yang disampaikan dapat menghasilkan respons

¹⁷ M.S Udin, 'Retorika dan Narasi Dakwah bagi Pemula', Mataram, Sanabil Creative, 2019, 20.

positif dari pendengar. Beckett menekankan pentingnya pemilihan kata yang tepat dan teknik-teknik berbicara yang dapat menarik perhatian serta membentuk persepsi audiens.

- d. Menurut Jalaluddin Rakhmat, retorika memiliki dua pengertian, yaitu secara luas dan sempit. Secara luas, retorika dipahami sebagai ilmu yang mempelajari cara mengolah dan menata kata-kata agar dapat diterima oleh banyak orang. Sementara itu, secara sempit, retorika merujuk pada ilmu yang mempelajari dasar-dasar yang disusun untuk mempersiapkan penyampaian pidato, dengan tujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dan dipahami oleh audiens dengan baik.

Dengan mempertimbangkan pendapat-pendapat tentang retorika di atas, dapat disimpulkan bahwa retorika adalah sebuah seni atau ilmu yang mempelajari cara penyampaian kata dan tulisan yang efektif untuk membujuk orang dengan topik atau ide yang disampaikan.

Retorika sering digunakan oleh pembicara atau komunikator dalam komunikasi publik untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi (mempersuasi) audiens mereka. Keberhasilan dalam retorika dapat dicapai jika pembicara memperhatikan tiga unsur penting, yaitu ethos (etika atau kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika atau fakta). Ajaran retorika yang dikembangkan oleh Aristoteles tetap dipertahankan hingga runtuhnya kerajaan Yunani dan Romawi. Para ahli retorika, hingga awal abad ke-20, berhasil menjadikan ajaran Aristoteles sebagai dasar dari tradisi studi retorika, yang kemudian dikenal secara luas dengan nama retorika.¹⁸

2. Asumsi kedua yang mendasari teori Aristoteles berkaitan dengan pertimbangan tiga bukti retorikis.¹⁹

¹⁸ Relly Anjar Wisnu S, *Retorika Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2024), hal.25

¹⁹ Nindya Ferrtikasari, *Seni Berbicara Retorika Aristoteles*, Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2023, 10-12.

a. Ethos (Karakter Pembicara)

Ethos merujuk pada kredibilitas dan karakter pembicara. Aristoteles berpendapat bahwa audiens cenderung dipengaruhi oleh pembicara yang dianggap memiliki keahlian, integritas, dan moralitas yang baik. Ketika pembicara memiliki ethos yang kuat, pesan yang disampaikan lebih mungkin diterima.²⁰

Ethos merupakan salah satu dari tiga elemen utama dalam retorika yang dijelaskan oleh Aristoteles, di samping pathos (emosi) dan logos (logika). Ethos mengacu pada karakter, kredibilitas, dan reputasi pembicara dalam konteks komunikasi. Dalam retorika, ethos sangat penting karena audiens cenderung mempercayai dan merespons argumen dari seseorang yang mereka anggap berkompeten, jujur, dan etis.²¹

Dalam ethos terdapat beberapa elemen yang harus diperhatikan supaya meningkatkan kredibilitas komunikasi;

1) Kredibilitas (Credibility)

Kredibilitas pembicara terdiri dari beberapa faktor, termasuk pendidikan, pengalaman, dan reputasi. Pembicara yang memiliki latar belakang pendidikan yang kuat dan pengalaman praktis di bidang yang relevan dianggap lebih dapat dipercaya. Sebagai contoh, seorang dokter yang memberikan saran kesehatan memiliki kredibilitas lebih tinggi dibandingkan seseorang tanpa latar belakang medis.²²

2) Integritas Moral (Moral Integrity)

Integritas moral pembicara meliputi kejujuran, etika, dan nilai-nilai yang dianut. Pembicara yang dianggap memiliki integritas tinggi cenderung lebih mudah mendapatkan

²⁰ Suhartono, Y. (2020). "Pengaruh Ethos dalam Komunikasi Persuasif." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 75-85.

²¹ Relly Anjar Wisnu S, *Retorika Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2024), hal.28

²² Rahmawati, A. (2020). "Kredibilitas Pembicara dalam Komunikasi Persuasif." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 55-70.

kepercayaan audiens. Misalnya, seorang pemimpin yang transparan dan tidak memiliki agenda tersembunyi akan lebih dipercaya oleh pengikutnya.²³

3) Koneksi Emosional (Emotional Connection)

Ethos juga melibatkan kemampuan pembicara untuk terhubung secara emosional dengan audiens. Pembicara yang mampu menunjukkan empati dan memahami perasaan audiens akan lebih berhasil dalam menyampaikan pesannya. Misalnya, saat berbicara tentang isu-isu sosial, pembicara yang dapat merasakan dan mencerminkan pengalaman audiens akan lebih mudah mempengaruhi pendapat mereka.²⁴

Komunikator harus mampu menunjukan kepada audiens jika dirinya memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang dapat dipercaya dan juga terhormat. Nilai kredibilitas ini sangat penting, karena audiens yang mendengarkan tidak hanya akan terpersuasi oleh bukti yang telah disampaikan, tetapi atas siapa juga bukti itu disampaikan. Dalam berdakwah ethos menjadi elemen yang sangat penting untuk dikuasai. Dengan pengetahuan yang luas akan lebih mudah dalam menyampaikan dakwah dizaman saat ini.

Ethos juga adalah elemen krusial dalam retorika yang mempengaruhi bagaimana audiens menerima dan merespon pesan. Dengan memahami dan memanfaatkan elemen-elemen ethos ini, pembicara dapat meningkatkan kredibilitas dan efektivitas komunikasi mereka.

b. Pathos (Emosi)

Pathos adalah salah satu dari tiga mode persuasif yang dikemukakan oleh Aristoteles dalam karyanya "Rhetoric," bersama dengan ethos (karakter atau kredibilitas pembicara) dan logos

²³ Setiawan, R. (2020). "Integritas dalam Retorika: Membangun Kepercayaan Melalui Etika." *Jurnal Komunikasi dan Etika*, 4(1), 12-25.

²⁴ Sari, R. (2020). "Peran Koneksi Emosional dalam Membangun Ethos." *Jurnal Psikologi dan Sosial*, 5(2), 30-40

(logika atau argumen rasional). Pathos merujuk pada kemampuan untuk membangkitkan emosi dalam audiens. Dengan menggunakan elemen emosional, seorang pembicara atau penulis dapat memengaruhi cara audiens merespons pesan yang disampaikan.²⁵

Pathos berkaitan dengan kemampuan pembicara untuk membangkitkan emosi pada audiens. Aristoteles menggarisbawahi pentingnya menghubungkan argumen dengan perasaan audiens, sehingga pesan bisa lebih mengenai dan memotivasi tindakan. Pembicara yang mampu menggunakan pathos secara efektif dapat menarik perhatian dan menggerakkan hati audiens.²⁶

Pathos sangat penting dalam komunikasi persuasif karena beberapa alasan.²⁷

1) Menggerakkan Audiens

Emosi adalah salah satu faktor terbesar yang memotivasi tindakan. Ketika audiens merasakan emosi tertentu, mereka lebih cenderung untuk tergerak dan bertindak, apakah itu memberikan dukungan, berpartisipasi dalam kampanye, atau mengubah pandangan mereka.

2) Membangun Koneksi

Emosi dapat menciptakan ikatan antara pembicara dan audiens. Koneksi ini penting untuk membangun kepercayaan dan menciptakan atmosfer yang terbuka untuk dialog.

3) Meningkatkan Retensi Pesan

Pesan yang disampaikan dengan muatan emosional cenderung lebih mudah diingat. Ketika audiens merasa, mereka lebih mungkin untuk mengingat pesan tersebut di masa depan.

4) Komplemen kepada Logos dan Ethos

²⁵ Wayne Morrison, L. L. B. *Yurisprudensi: Liberalisme dan Gagasan Masyarakat yang Adil pada Akhir Modernitas*. Nusamedia, 2021.

²⁶ Rani, D. (2020). "Peran Pathos dalam Retorika Pidato Politik." *Jurnal Komunikasi Politik*, 6(1), 40-52.

Naufal PG Zaka and others, 'Strategi Penerapan Kalimat Persuasif Dalam Membangun Relasi Bisnis', *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1.2 (2024), pp. 1-11,

Pathos tidak berdiri sendiri; ia bekerja sama dengan ethos dan logos untuk menciptakan argumen yang lebih kuat. Sementara logos menawarkan logika dan alasan, dan ethos memberikan kredibilitas, pathos menambah dimensi emosional yang membuat argumen lebih menyentuh.

5) Menyentuh Isu Sosial

Dalam konteks sosial, pathos dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran tentang isu-isu penting, seperti kemanusiaan, kesehatan, atau lingkungan. Cerita emosional sering kali dapat menarik perhatian dan dukungan untuk tujuan yang baik.

Dalam pathos, daya tarik dari seorang komunikator tidak hanya soal ilmu, keahlian yang dimiliki ataupun kepribadian yang baik. Tetapi bagaimana cara komunikator untuk mempengaruhi audiens melalui perkataan dan sentuhan emosional yang dapat membangun perasaan, jiwa dan juga kesadaran pada audiens.

Pathos adalah komponen yang sangat penting dalam retorika Aristoteles. Dengan membangkitkan emosi audiens, pembicara dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan mereka dan mendorong tindakan. Pemahaman yang baik tentang penggunaan pathos dapat meningkatkan kemampuan komunikasi seseorang dalam berbagai konteks, mulai dari berbicara di depan umum hingga menulis argumen persuasif.

c) Logos (Logika dan Argumen)

Logos merujuk pada penggunaan alasan dan bukti dalam menyampaikan argumen. Aristoteles berpendapat bahwa argumen yang logis dan rasional akan lebih meyakinkan audiens. Pembicara

harus mampu menyusun argumen dengan jelas dan mendukungnya dengan data atau fakta yang relevan untuk meyakinkan audiens.²⁸

Logos merujuk pada bukti logis yang disampaikan oleh komunikator, yang mencakup argumen dan rasionalisasi yang mereka ajukan. Menurut Aristoteles, logos melibatkan penerapan berbagai praktik, termasuk penggunaan klaim yang logis dan bahasa yang jelas. Dalam menyampaikan bukti logisnya, seorang pembicara sering kali mengandalkan fakta dan data numerik untuk meyakinkan audiens akan kebenaran atau validitas argumen yang diajukan. Dengan demikian, logos bertujuan untuk membangun dasar rasional yang kuat yang dapat diterima secara logis oleh pendengar, sehingga memperkuat pesan yang disampaikan²⁹

Dalam berdakwah, Logos membantu dalam menyampaikan pesan secara jelas dan terstruktur. Dalam banyak situasi, terutama ketika berhadapan dengan audiens yang memiliki latar belakang beragam, penting untuk menjelaskan konsep-konsep agama dengan cara yang sistematis. Dengan menggunakan argumen yang logis, penyampai dakwah dapat membongkar ide-ide kompleks menjadi bagian-bagian yang lebih mudah dipahami. Misalnya, ketika menjelaskan prinsip-prinsip moral dalam agama, argumentasi yang jelas dan terperinci akan membuat pendengar lebih mampu menginternalisasi dan memahami makna di balik ajaran tersebut.

3. Sejarah Retorika

Retorika telah ada sejak zaman kuno, tetapi sebagai seni yang dipelajari secara formal, retorika dimulai sekitar abad ke-5 SM ketika kaum sofis di Yunani berkeliling dari satu tempat ke tempat lain untuk mengajarkan tentang politik dan pemerintahan, dengan fokus pada

²⁸ Prasetyo, D. (2020). "Logika dalam Retorika: Membangun Argumen yang Kuat." *Jurnal Filsafat dan Etika*, 5(2), 15-27.

²⁹ Dhia, Rifqi Nadhmy, Jasmine Alya Pramesthi, and Irwansyah Irwansyah. "Analisis Retorika Aristoteles pada Kajian Ilmiah Media Sosial dalam Mempersuasi Publik." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4.1 (2021): 81-103.

keterampilan berpidato. Karena pihak pemerintah dianjurkan untuk mempengaruhi pendapat publik untuk memenangkan pemilihan atau mendukung kebijakan mereka, seni berpidato sangat penting di zaman Yunani kuno. Ini menghasilkan perkembangan seni pidato, yang dapat menarik dan membujuk khalayak dengan mengubah kenyataan untuk mencapai tujuan tertentu. Negara-negara yang menganut demokrasi langsung, seperti Yunani dan Romawi kuno, kemudian mempelajari, mengajar, dan menerapkan teologi secara sistematis. Di sana, retorika menjadi alat penting bagi para politisi, pemimpin militer, dan orator untuk memengaruhi massa dan mencapai tujuan politik mereka³⁰

Untuk mencapai kebenaran atau kemenangan bagi seseorang atau golongan dalam masyarakat adalah salah satu tujuan retorika yang mudah digunakan pada masa itu. Untuk menjadi penguasa, seseorang atau kelompok harus menang. Selain itu, akan lebih mudah untuk menggunakan kekuatan persuasi untuk mempengaruhi orang lain ketika seseorang memiliki kekuasaan.

3. Lima Hukum Retorika

Aristoteles dan ahli retorika klasik (Socrates dan Plato) diperoleh lima tahap penyusunan pidato yang dikenal sebagai Lima Hukum Retorika (The Five Canons of Rhetoric) yaitu:³¹

a. Inventio (penemuan).

Pada tahap ini, pembicara menggali topik dan meneliti khalayak untuk menentukan strategi persuasi terbaik. Aristoteles mengatakan bahwa retorika adalah "kemampuan untuk menentukan topik dalam kejadian tertentu, dengan menggunakan metode persuasi yang ada."

b. Dispositio

³⁰ Jonar T H Situmorang, *Filsafat Ilmu Suatu Analisis Berpikir Benar Dan Logis* (Penerbit Andi, 2023).

³¹ Mita Mar'atul Fauziah and others, 'Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Video Youtube "Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?": Kajian Retorika Aristoteles', *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4.5 (2024), pp. 1896–1906

Pidato yang terdiri dari pengantar, pernyataan, argument, dan epilog, dan disusun dan disusun dengan baik sehingga memiliki pembagian yang jelas. Aristoteles mengatakan bahwa pengantar berfungsi untuk menarik perhatian, menumbuhkan kreativitas, dan menjelaskan tujuan.

c. Elocutio (Gaya)

Menurut Aristoteles, pembicara hendaknya menggunakan bahasa yang tepat untuk mengemas pesannya dan memilih kata-kata yang tepat. Dia mengatakan bahwa pembicara harus menggunakan bahasa yang tepat, benar, dan dapat diterima; menggunakan kata-kata yang jelas dan langsung; membuat kalimat yang indah, mulia, dan hidup; dan menyesuaikan bahasa dengan pesan, khalayak, dan pembicara.

d. Memoria (Memori)

Dengan mengatur bahan-bahan pembicaraannya, pembicara harus dapat mengingat apa yang ingin disampaikan. Untuk memudahkan memori, Aristoteles menyarankan jembatan keledai.

e. Prononitio (Penyampaian)

Pembicara harus memperhatikan suara dan gerakan tubuh mereka saat menyampaikan pesan secara verbal atau lisan.

5. Fungsi dan Tujuan Retorika

a. Fungsi Retorika

Fungsi retorika pada dasarnya adalah menyediakan sarana yang baik, yaitu memberikan pengetahuan dan bimbingan bagi pembicara untuk membantu mereka mencapai tujuan yang diinginkan. Penyediaan retorika mencakup pengetahuan tentang manusia tentang cara berbicara, kegiatan berbicara, bahasa, dan

topik pembicaraan, yang akan membantu pembicara meneruskan gagasan mereka kepada orang lain.³²

Selain menyediakan pengetahuan tersebut, retorika juga mempersiapkan sarana pembimbingan yang efektif bagi pembicara, seperti teknik-teknik untuk menyusun pidato dengan baik, cara mengorganisir argumen secara sistematis, serta metode untuk mengatasi berbagai tantangan dalam berbicara di depan umum. Sarana ini bertujuan untuk membantu pembicara menyampaikan pesan dengan jelas, meyakinkan, dan menarik perhatian audiens, serta memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan memberikan dampak yang diinginkan, seperti:³³

- 1) Cara-cara memilih pembicaraan Retorika
- 2) Cara-cara memandang dan menganalisis topik pembicaraan untuk menemukan sarana ulasan yang persasif objektif
- 3) Cara-cara menemukan ulasan artistik dan nonartistik
- 4) Memilih jenis pembicaraan yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai
- 5) Menata bagian-bagian pembicaraan serta menyusunnya menjadi kalimat yang padu, utuh, mantap, dan bervariasi. Sedangkan khusus untuk retorika tulis, disediakan bimbingan tata paragraf
- 6) Memilih gaya bahasa dan gaya berbicara.

Dengan perspektif dan alat yang diuraikan di atas, retorika sebenarnya berfungsi untuk memenuhi keempat tujuan Aristoteles: membantu pembicara dalam membuat keputusan yang benar, membantu pembicara dalam menemukan ulasan, baik yang artistik

³² Winda Kustiawan, Erwan Efendi, and Wahyudi Wahyudi, 'Retorika Sebagai Budaya Seni Bertutur Kata Dalam Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9.5 (2023), pp. 546–52.

³³ Wulan, Eka Putri Saptari, et al. *Retorika dan Dialektika Komunikasi Publik*. CV. Gita Lentera, 2024, Hal 26-28

maupun nonartistik, dan membantu pembicara. Oleh karena itu, tujuan dan fungsi retorika telah memastikan bahwa retorika adalah subdisiplin ilmu yang berbeda dari subdisiplin ilmu lainnya.

b. Tujuan Retorika

Ketika Aristoteles memperkenalkan retorika sebagai sebuah ilmu sekitar abad ke-4 SM, ia menjelaskan bahwa tujuan utama dari retorika pada awalnya adalah untuk mempersuasi. Dalam konteks ini, persuasi yang dimaksud adalah usaha untuk meyakinkan pendengar mengenai kebenaran dari gagasan atau ide yang disampaikan dalam topik pembicaraan. Persuasi menjadi inti dari retorika, di mana pembicara berusaha mempengaruhi audiens untuk menerima atau mempercayai apa yang mereka sampaikan melalui argumen yang logis, bukti yang kuat, dan cara penyampaian yang efektif.³⁴ Usaha untuk mempersuasi ini bukanlah hal yang mudah, mengingat setiap individu memiliki insting etis yang membimbing mereka untuk membedakan antara kebenaran dan kebohongan. Ketika seseorang menyampaikan ketidakbenaran kepada audiens, lama kelamaan, kebohongan atau kecurangan pembicara akan terungkap. Dalam situasi seperti ini, pembicara tidak lagi memiliki hak untuk berbicara tentang persuasi, karena audiens telah kehilangan kepercayaan terhadap kebenaran dari gagasan yang telah disampaikan sebelumnya. Hal ini menunjukkan pentingnya integritas dan kejujuran dalam berkomunikasi, agar persuasi tetap efektif dan dapat diterima oleh pendengar.

Jadi, dalam konteks retorika, persuasi tidak dapat dipisahkan dari kebenaran. Aristoteles berpendapat bahwa setiap pembicara harus terlebih dahulu melakukan penelitian yang teliti mengenai pokok persoalan yang akan mereka bahas. Pembicara perlu

³⁴ Astuti, Meri, Atjep Muhlis, and Asep Shodiqin. "Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5.1 (2020): 77-91.

memahami dengan mendalam setiap aspek yang relevan dan menyeluruh dari topik tersebut, sehingga mereka dapat menyampaikan informasi yang benar, tepat, dan akurat. Setelah itu, pembicara harus memilih argumen yang benar-benar sesuai dan mendukung topik yang dibahas. Selanjutnya, mereka perlu menyajikan informasi tersebut dengan menggunakan gaya bahasa yang persuasif, yang tidak hanya menarik perhatian audiens tetapi juga mempengaruhi mereka untuk menerima ide atau pandangan yang disampaikan, sambil tetap menjaga kebenaran dan integritas dari apa yang dipaparkan. Dengan cara ini, persuasi dapat terjadi tanpa mengorbankan kebenaran, dan pembicara dapat menyampaikan pesan mereka dengan cara yang efektif dan meyakinkan.³⁵

Pandangan bahwa persuasi adalah tujuan utama retorika mengalami penurunan pada era retorika modern. Ahli retorika seperti I.A. Richards berpendapat bahwa persuasi lebih relevan dengan masa lalu, ketika orang masih hidup dalam ketidaktahuan dan lebih mudah dipengaruhi. Menurut Richards, pada zaman sekarang, orang tidak lagi mudah dipersuasi karena masyarakat telah berkembang dan kemampuan berpikir kritis semakin maju. Dalam pandangan ini, persuasi dianggap kurang efektif di era modern, karena audiens sekarang lebih mampu untuk menganalisis, mengevaluasi, dan menyaring informasi dengan cara yang lebih rasional dan kritis. Oleh karena itu, retorika pada masa kini lebih fokus pada pengembangan pemahaman, diskusi, dan penalaran logis, daripada sekadar membujuk orang untuk menerima suatu pandangan atau ide.

³⁵ Husniyah, Himmatul. "Pengaruh Kegiatan Retorika Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Fikih Siswa Kelas Vii Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 25 Brondong Lamongan Tahun Pelajaran 2021/2022." *Jurnal Pendidikan Islam* 9.2 (2023): 37-49.

Dari perspektif pembicara, retorika melibatkan penggunaan bahasa dengan cermat dan efektif untuk mencapai beberapa tujuan utama, yaitu:³⁶

- 1) To inform (memberitahu atau menjelaskan hal yang belum diketahui): Pembicara menggunakan retorika untuk menyampaikan informasi yang relevan dan penting kepada audiens.
- 2) To entertain (menghibur, memuaskan, menarik perhatian): Retorika dapat digunakan untuk membuat presentasi atau pidato lebih menarik, menghibur, atau memikat perhatian audiens dengan cara yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur.
- 3) To strengthen belief (memperkuat kepercayaan): Retorika dapat digunakan untuk memperkuat keyakinan atau pandangan yang sudah ada di kalangan audiens.
- 4) To change belief (mengubah sikap, keyakinan, maupun perilaku): Salah satu tujuan retorika adalah mengubah pandangan atau sikap audiens terhadap suatu topik atau isu tertentu.
- 5) To convince (meyakinkan dan menyadarkan): Retorika digunakan untuk meyakinkan audiens tentang kebenaran atau kepentingan dari suatu gagasan atau argumen.
- 6) To inspire (memunculkan inspirasi): Pembicara dapat menggunakan retorika untuk menginspirasi dan memotivasi audiens untuk bertindak atau berpikir lebih positif.
- 7) To actuate (menggerakkan dan mengarahkan): Retorika dapat digunakan untuk menggerakkan audiens untuk melakukan tindakan atau mengambil sikap tertentu sesuai dengan tujuan pembicara.

³⁶ Dewi, Ni Putu Sinta. "Hubungan Retorika Dan Public Speaking Oleh Ni Putu Sinta Dewi." *Retorika dalam Public Speaking* (2024) hal.43.

Dengan demikian, retorika tidak hanya tentang kemampuan berbicara yang baik, tetapi juga tentang penggunaan bahasa secara strategis untuk mencapai tujuan komunikatif yang spesifik sesuai dengan kebutuhan pembicara dan audiensnya.³⁷

B. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Dakwah merupakan kegiatan untuk mengajak ataupun menyeru setiap muslim untuk menuju jalan kebaikan. Dakwah juga menjadi suatu kewajiban oleh setiap kaum muslim, saling mengingatkan menjadi pondasi untuk menjadi muslim yang baik dan taat.³⁸ Kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab yang berarti ajakan, seruan, panggilan, atau undangan. Secara umum, definisi ilmu dakwah adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang mempelajari cara-cara dan pedoman-pedoman yang tepat dalam menarik perhatian manusia untuk menerima, menyetujui, dan melaksanakan suatu ideologi, pendapat, atau pekerjaan tertentu. Ilmu dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup teknik-teknik yang digunakan untuk mempengaruhi dan membimbing orang agar mengikuti suatu pandangan atau tindakan yang diinginkan.³⁹

Dakwah berasal dari kata Arab da'a, yad'u, dan da'watan, berarti memanggil, mengundang, mengajak, menyeru, mendorong, atau meminta. Secara terminologi, dakwah berarti "mengajak" atau "menyeru" orang lain untuk masuk ke dalam jalan kebaikan Allah Swt.⁴⁰

a. Kata Da'a

³⁷ Dhanik Sulistyarini and Anna Gustina Zainal, 'Buku Ajar: Retorika', 2020.

³⁸ Kgs Muhammad Zaki and others, 'Hermeneutika Ma'na Cum Maghza', *Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah*, 6.2

³⁹ Muhammad and others, 'Relevansi Bahasa Arab Dalam Dakwah : Refleksi Atas Kedudukan Bahasa Arab Sebagai Bahasa Al-Quran (Tinjauan Literatur)', *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2023, 07.

⁴⁰ Sekar Harum Pratiwi and others, 'Filsafat Pendidikan Islam: Telaah Mengenai Makna Pendidikan (Tarbiyah, Ta'lim, Ta'dib, Tadris, Da'wah, Irsyad, Tadbiir, Tazkiyah, Uswah)', *JIIIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7.2 (2024), pp. 2116–24.

Kata da'a adalah fi'il madhi, yaitu kata kerja masa lampau. Dalam Al-Qur'an, kata da'a disebutkan dalam sepuluh surat dan sebelas ayat dengan beberapa makna, seperti memohon, meminta, berdoa, dan memanggil. Sementara itu, dalam Tafsir Al-Mishbah, kata da'a didefinisikan dengan empat makna: memohon, berdoa, menyeru, dan memanggil.⁴¹

b. Kata Yad'u

Kata yad'u adalah fi'il mudhari', yang berarti perbuatan sedang atau akan dilaksanakan. Dalam Al-Qur'an, kata ini disebutkan sebanyak 21 ayat dalam 20 surah dalam bentuk tunggal (mufrad), dan dalam Al-Mishbah, kata ini memiliki banyak arti.

c. Kata da'watan

Dalam Al-Qur'an, kata "dakwah" disebutkan lima kali sebagai isim masdar yang berarti panggilan.

Dakwah juga bisa disebut suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar oleh seseorang atau sekelompok Muslim dalam mengajak atau menyerukan seseorang atau sekelompok orang untuk hidup sesuai dengan ajaran Islam, yaitu melakukan segala perintah Allah dan menjauhi segala larangannya, sebagaimana termaktub dalam al-Quran dan hadis untuk memperoleh kehidupan.

Pengertian dakwah secara istilah atau terminologi sangat bervariasi, tergantung pada pemahaman dan sudut pandang para pakar yang memberikan makna terhadap istilah dakwah tersebut. Perbedaan ini mencerminkan beragam pendekatan dalam memaknai dakwah, yang melibatkan berbagai aspek, seperti agama, sosial, budaya, dan komunikasi. Meskipun demikian, ada beberapa kesamaan dalam

⁴¹ Sufian Suri, 'Tafsir Dakwah QS An-Nahl Ayat 125 Dan Relevansinya Dengan Masyarakat', *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 12.2 (2022), pp. 55-73.

pengertian dakwah yang diberikan oleh para pakar. Untuk lebih jelasnya, berikut ini adalah beberapa definisi dakwah menurut para ahli yang dapat memberikan gambaran lebih mendalam mengenai konsep dakwah;

- 1) Pertama, M. Thoha Yahya Omar menjelaskan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan yang bertujuan mengajak manusia menuju jalan yang benar, sesuai dengan perintah Tuhan, dengan pendekatan yang bijaksana. Tujuan utama dari dakwah ini adalah untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.
- 2) A. Hasyimi mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan yang mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aspek akidah, syariah, dan ibadah dalam Islam, sesuai dengan ajaran yang ditularkan atau diteladankan oleh para penceramah Muslim.
- 3) M. Hafi Anshari berpendapat bahwa dakwah mencakup segala aktivitas Muslim yang berusaha mengubah keadaan saat ini agar sesuai dengan ketentuan Allah SWT. Hal ini tentunya didasarkan pada kesadaran dan tanggung jawab penuh individu Muslim terhadap dirinya sendiri, orang lain, dan khususnya kepada Allah SWT..
- 4) Hamzah Ya'kub menerjemahkan dakwah sebagai segala bentuk usaha untuk mengajak umat manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) dalam mengikuti petunjuk Allah SWT dan Rasul-Nya.
- 5) Syekh Ali Mahfudz, dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin*, menerjemahkan dakwah sebagai upaya untuk mendorong manusia agar secara sadar dan ikhlas berbuat kebaikan, menyuruh yang

ma'ruf, dan mencegah yang munkar, dengan tujuan memperoleh kebahagiaan dari Allah SWT, baik di dunia maupun di akhirat.⁴²

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan kesadaran oleh individu atau kelompok Muslim untuk mengajak atau menyerukan orang lain agar hidup sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini mencakup melaksanakan segala perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya, sebagaimana yang tertuang dalam Al-Quran dan hadis. Tujuan dari dakwah adalah untuk memperoleh kehidupan yang bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

2. Unsur-unsur Dakwah

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah merujuk pada pelaku atau individu yang melakukan aktivitas dakwah. Dalam bahasa Arab, subjek dakwah dikenal dengan istilah *da'i*, yang berarti orang yang berdakwah. Istilah ini sebanding dengan *Isim Fa'il* dalam bahasa Arab, yang mengacu pada orang yang melakukan suatu pekerjaan atau tindakan. Dengan demikian, seorang *da'i* adalah individu yang menjalankan tugas untuk menyampaikan pesan atau ajaran Islam kepada orang lain.⁴³

b. Objek Dakwah

Objek dakwah adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi sasaran atau tujuan dari suatu kegiatan dakwah. Berdasarkan pengertian ini, maka setiap manusia, tanpa memandang jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, warna kulit, dan sebagainya, dianggap sebagai objek dakwah. Hal ini mencerminkan sifat keuniversalan agama Islam, yang dirancang untuk diterima oleh seluruh umat manusia, serta mencerminkan tugas kenabian

⁴² Syah Ahmad Qudus Dalimunthe, 'Terminologi Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), pp. 1415–20.

⁴³ 'OSF Preprints Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits'.pp. 26

Rasulullah SAW, yang diutus untuk menyampaikan wahyu dan petunjuk Allah kepada seluruh umat manusia tanpa terkecuali.⁴⁴

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah isi pesan yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Secara umum materi dakwah dapat dikelompokkan menjadi tiga pesan.

- 1) Pesan Akidah mencakup ajaran tentang keyakinan terhadap Allah Swt, iman kepada malaikat, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasul-Nya, iman kepada hari akhir, serta iman kepada takdir dan ketentuan Allah (Qadha dan Qadhar).
- 2) Pesan Syariah meliputi tata cara ibadah seperti thaharah (pembersihan), shalat, zakat, puasa, dan haji, serta aturan dalam mu'amalah (interaksi sosial), termasuk dalam hal perdagangan dan hubungan antar sesama.
- 3) Pesan Akhlak mencakup ajaran tentang perilaku baik terhadap Allah Swt, serta akhlak terhadap sesama makhluk. Ini meliputi akhlak terhadap manusia, diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya, serta akhlak terhadap makhluk non-manusia seperti tumbuhan, hewan, dan lingkungan sekitar.

d. Metode Dakwah

Metode adalah cara atau pendekatan yang digunakan untuk mengimplementasikan rencana yang telah disusun dalam bentuk kegiatan yang nyata dan praktis, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Menurut Kemp, Dick, dan Carey, yang dikutip oleh Karman, metode adalah cara yang digunakan untuk melaksanakan strategi, yaitu sebuah pendekatan dalam mencapai tujuan tertentu.

Dalam konteks dakwah, yang merupakan upaya untuk menyerukan ajaran Islam kepada individu maupun umat manusia

⁴⁴ Siti Nur Haidah and others, 'Metode Dakwah Islam Sebagai Objek Islam Historis', 4.1, pp. 36-44.

secara keseluruhan, metode dakwah mencakup pandangan Islam mengenai tujuan hidup manusia di dunia. Hal ini mencakup amal ma'ruf nahi munkar, yaitu mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran, dengan menggunakan berbagai cara dan media yang diperbolehkan dalam Islam. Selain itu, dakwah juga berkaitan dengan pengajaran akhlak yang baik serta pembimbingan umat dalam menjalani kehidupan bermasyarakat dan bernegara sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Sementara itu, Al-Qur'an, sejak pertama kali diturunkan hingga sekarang dan di masa yang akan datang, tetap menjadi sumber rujukan dan inspirasi utama dalam dakwah. Metode dakwah Islam, yang berlandaskan pada ayat-ayat Al-Qur'an, terdiri dari empat macam, tiga di antaranya dijelaskan dalam Surah An-Nahl ayat 125. Ayat tersebut menekankan pentingnya memilih metode yang tepat dalam berdakwah, karena setiap individu memiliki cara berpikir dan pemahaman yang berbeda. Oleh karena itu, dalam berdakwah, penting untuk berbicara kepada orang lain sesuai dengan kemampuan, pemahaman, dan informasi yang mereka miliki. Secara garis besar, metode dakwah Islam yang diajarkan dalam Surah An-Nahl ayat 125 adalah sebagai berikut,⁴⁵

1. Berdakwah dengan metode hikmah, yaitu dengan memahami keadaan dan situasi (zuruf) dari orang yang akan didakwahi. Pembicaraan atau pesan dakwah harus disampaikan dengan mempertimbangkan kesiapan dan kondisi audiens. Metode ini bertujuan agar dakwah tidak membebani atau menyulitkan mereka yang belum sepenuhnya siap menerima pesan dakwah.
2. Berdakwah dengan maw'izhoh hasanah (nasihat yang baik). Nasihat yang baik dapat meresap ke dalam hati manusia dengan cara yang lembut, sehingga dapat menyentuh hati nurani mereka

⁴⁵ Nihayatul Husna, 'Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an', Selasar Kpi : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah, 1.1 (2021) .

dengan halus. Dakwah yang disampaikan harus menggunakan cara yang penuh kelembutan, bukan dengan bentakan, kekerasan, atau dengan membuka aib atau cela orang lain,

3. Metode berdakwah melalui debat dengan cara yang paling baik (*yujadilu billati hiya ahsan*). Dalam berdebat, dakwah dilakukan tanpa tindakan zalim terhadap lawan debat, serta tanpa meremehkan atau mencela mereka. Tujuan utama dari berdakwah bukanlah untuk mengalahkan lawan debat, tetapi untuk menyampaikan kebenaran dan menyadarkan mereka dengan cara yang bijaksana.

e. Media Dakwah

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah dan sebagai alat bantu dalam proses penyampaian tersebut, yang dalam konteks pendidikan dikenal dengan istilah alat peraga. Sebagai alat bantu, media dakwah memiliki peran yang sangat penting untuk mencapai tujuan dakwah itu sendiri. Penggunaan media dalam kegiatan dakwah dapat mempererat komunikasi antara da'i (penceramah) dan mad'u (audiens) sehingga pesan dakwah dapat lebih mudah dipahami dan diterima. Dengan kata lain, media dakwah mempermudah penyampaian pesan, menjadikan komunikasi lebih efektif, dan membantu dalam memperkenalkan ajaran Islam kepada khalayak luas.

f. Atsar (Efek Dakwah)

Dalam ilmu komunikasi, atsar atau efek ini disebut dengan feedback atau umpan balik, umpan balik yang dimaksud merupakan umpan balik dari reaksi dakwah yang muncul oleh aksi dakwah. Efek dapat terjadi pada tingkatan yaitu:⁴⁶

⁴⁶ Al Imran ayat 104 "Quran Kemenag," diakses pada 10 November, 2024, <https://quran.kemenag.go.id/surah/3/104>

1. Efek kognitif, merupakan efek yang timbul jika terdapat perubahan pada apa yang diketahui, dimengerti, dipahami, dan dipersepsi oleh audiens atau khalayak
2. Efek afektif, merupakan efek yang timbul jika terdapat perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, ataupun yang dibenci oleh khalayak.
3. Efek behavioral, merupakan efek yang merujuk kepada perilaku nyata yang bisa diamati, meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, ataupun kebiasaan tindakan dalam berperilaku.

C. Retorika Dakwah

1. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dakwah adalah seni dalam menyampaikan ajaran Islam secara benar, untuk mencapai kebenaran sesuai dengan tuntunan Al-qur'an dan hadist.⁴⁷ Dengan mengaplikasikan retorika dakwah tentu akan memberikan keuntungan signifikan dalam menyebarkan ajaran agama dan memotivasi audiens untuk mengamalkan ajaran tersebut. Dengan meningkatkan pemahaman, menarik minat, memotivasi perubahan, dan membangun hubungan yang lebih dekat, retorika dakwah yang efektif dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam dakwah. Melalui strategi komunikasi yang tepat, dai dapat menyampaikan pesan agama dengan cara yang lebih efektif dan berdampak positif, mencapai tujuan dakwah dengan lebih baik,

Retorika dakwah tentunya berbeda dengan kegiatan retorika lainnya, seperti retorika hukum, atau retorika politik yang terkadang masih ditemukan cara-cara yang tidak etis dalam mencapai tujuannya seperti tujuan akhir dari politik adalah kekuasaan. Sedangkan dalam retorika dakwah atau keagamaan Islam, tidak boleh dilakukan dengan cara-cara yang tidak etis serta bertentangan dengan ajaran Islam.⁴⁸

⁴⁷ Abdullah Abdullah, 'Retorika Dan Dakwah Islam', Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah, 10.1 (2021)

⁴⁸ Umdatul Hasanah, "Kualifikasi Da'i", h. 259.

4. Hubungan Retorika dan Dakwah

Hubungan antara retorika dan dakwah tentu sangat erat, karena keluwesan dalam bertutur dakwah sangat penting jika memiliki retorika yang baik. Menjadi pembicara yang piawai harus mampu memahami situasi lawan bicara dan mampu menyesuaikan di mana dan dalam situasi apa saat kita berbicara. Ketika berbicara maka pembicaraannya akan terarah, biasanya seorang pembicara juga memiliki pengetahuan yang luas, juga luas tentang interaksi sehari-hari, baik di dalam keluarga maupun di masyarakat.⁴⁹

Pertama, dakwah seringkali bertujuan untuk menyampaikan ajaran agama dengan cara yang menarik dan persuasif. Dalam konteks ini, penggunaan teknik retorik seperti ethos (kepercayaan), pathos (emosi), dan logos (logika) sangat krusial. Ethos membantu membangun kredibilitas penyampai pesan; pathos menggugah perasaan audiens, sementara logos memberikan argumen yang rasional. Dengan memanfaatkan ketiga elemen ini secara seimbang, penyampai dakwah dapat lebih efektif dalam menarik perhatian dan mengajak audiens untuk merenungkan pesan yang disampaikan.

Kedua, retorika memungkinkan penyampai dakwah untuk menyesuaikan pesan mereka dengan konteks dan karakteristik audiens. Misalnya, pendekatan yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada orang muda mungkin berbeda dengan yang digunakan untuk orang tua. Retorika membantu dalam pemilihan kata, gaya, dan nada yang sesuai, sehingga pesan dapat diterima dengan baik dan memiliki dampak yang maksimal.

Jadi retorika dakwah sangat penting dipelajari untuk membekali diri agar dapat berbicara dihadapan umum dengan baik, benar, sopan, santun serta efektif dan efisien perkataan kita sehingga orang yang kita

⁴⁹ Agus Hermawan, Retorika Dakwah (Salatiga : An-Nuur Kudus, 2018) hlm 8

ajak bicara merasa aman, nyaman, dan tertarik menyimak pembicaraan kita nantinya saat berdakwah.

D. Media Sosial Tiktok

1. Media Sosial

Media Sosial (Social media) adalah platform atau media online yang memfasilitasi interaksi sosial antar penggunanya. Teknologi berbasis web digunakan untuk menciptakan dialog interaktif di antara pengguna. Beberapa situs media sosial yang sangat populer saat ini termasuk WhatsApp, Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, Twitter, dan masih banyak lagi. Platform-platform ini memungkinkan pengguna untuk berbagi konten, berkomunikasi, dan berinteraksi secara online dengan cara yang tidak terbatas oleh batas geografis atau waktu.⁵⁰ Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang diseluruh dunia, memainkan peran penting dalam menghubungkan orang-orang, menyebarkan informasi, serta memengaruhi budaya dan opini publik.

Definisi lain tentang media sosial juga disampaikan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya, media sosial adalah platform di mana penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan pesan. Ini mencakup berbagai bentuk seperti blog, jejaring sosial, wiki atau ensiklopedia online, forum-forum maya, serta dunia virtual yang melibatkan avatar dan karakter 3D.⁵¹

2. Tiktok

TikTok adalah aplikasi yang menawarkan berbagai efek khusus unik yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membuat video pendek yang menarik. Aplikasi ini telah berhasil menyita

⁵⁰ Dirga Ayu Sulistia and Irma Yusriani Simamora, 'Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Kpi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019', *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4.3 (2023), pp. 1189–1200

⁵¹ Yuni Fitriani, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital', *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5.4 (2021), pp. 1006–13.

perhatian banyak orang karena kemampuannya dalam menyediakan efek yang lengkap dan menarik serta kreasi video yang menarik minat bagi para penontonnya. TikTok merupakan jaringan sosial dan platform video musik yang berasal dari Tiongkok, diluncurkan pada bulan September 2016. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur untuk membuat video pendek, dengan durasi maksimal 3 menit. TikTok sangat populer di kalangan remaja, dewasa, dan bahkan anak-anak karena kesederhanaan dalam penggunaannya dan kreativitas yang dapat diekspresikan melalui video-video pendek yang dibuat.

Untuk memudahkan dalam membuat konten, Tiktok memiliki beberapa fitur-fitur, yaitu;



Tabel 1 Fitur-fitur dalam aplikasi tiktok

Fitur	Kegunaan
Rekam Suara	Untuk merekam suara melalui gadget, lalu diintegrasikan ke dalam akun tiktok personal.
Rekam	Untuk merekam video melalui gadget, lalu diintegrasikan ke dalam akun Tiktok personal.
Filter dan Efek	Untuk menyajikan visualisasi/tampilan postingan lebih bagus, dan mengkreasikan konten agar lebih menarik dan tidak membosankan
Backsound	Untuk menambah suara latar yang bisa diunduh dari lagu-lagu yang terdapat pada media penyimpanan Tiktok.
Edit	Untuk menyunting atau Memperbaiki draft (konsep) video yang sudah dibuat.
Share (Berbagi)	Untuk membagikan video yang sudah dibuat.
Duet	Untuk berkolaborasi dengan video.pengguna Tiktok lainnya
Stitch	Untuk menggabungkan video lain diTiktok dengan video yang sudah kita buat.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian dengan mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, atau diukur dengan setepat tepatnya dengan data yang berupa data deskriptif. Pada penelitian ini mendeskripsikan kejadian yang di dengar, dirasakan dan dibuat dalam pernyataan naratif atau deskriptif. Jenis penelitian ini berkarakteristik alamiah atau bersetting apa adanya dari fenomena yang terjadi di lapangan yang menitik beratkan pada kualitasnya.⁵²

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan deskriptif adalah pendekatan yang menggunakan bukti kualitatif untuk memahami fenomena yang diteliti. Pendekatan ini tidak melibatkan analisis statistik, tetapi menghasilkan data deskriptif berupa perkataan orang secara tertulis atau lisan, perilaku yang diamati, serta data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau perilaku, bukan angka-angka. Metode yang umum digunakan dalam penelitian kualitatif antara lain wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis konten. Pendekatan ini berguna untuk menjelaskan kompleksitas dan konteks dari suatu fenomena serta memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap pengalaman mereka. Penelitian ini memiliki fokus pada gaya retorika dakwah dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk meneliti suatu pesan dakwah.

⁵² Anselm Straus and Juliet Corbin, 'Dsar-Dasar Penelitian Kualitatif; Tata Langkah Dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data', 2021.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data pertama atau sumber data utama secara langsung dilakukan pengumpulan oleh pengkaji dari objek penelitian. Pada sumber primer kali ini adalah data deskriptif yaitu video Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Ceramah yang peneliti dapatkan berdasarkan observasi pada akun tiktok Akang Anom.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang secara tidak langsung diperoleh oleh peneliti dengan cara lewat pihak lain yang berwujud data dokumentasi atau data laporan lainnya. Sumber sekunder pada kajian kali ini diperoleh dengan lewat buku-buku dakwah, website, Jurnal Artikel dan Skripsi.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan salah satu elemen krusial dalam penelitian kualitatif. Melalui observasi, peneliti dapat mengumpulkan data dengan cara mencatat secara sistematis dan mencermati secara langsung objek atau fenomena yang diteliti. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan akurat, yang kemudian menjadi dasar bagi pengumpulan data yang dapat diolah dan dianalisis dengan lebih mudah. Observasi memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menyaksikan dan mencatat kejadian secara langsung, sehingga hasil yang diperoleh lebih menggambarkan kenyataan yang ada di lapangan.

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena yang sedang diteliti. Dalam proses ini, peneliti mencatat secara rinci keadaan atau perilaku objek sasaran untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Pencatatan ini bertujuan untuk mendokumentasikan temuan yang relevan dan memberikan gambaran yang jelas mengenai objek

penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis dan digunakan untuk menarik kesimpulan.⁵³

Menurut Nana Sudjana, observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala yang diteliti. Pengamatan dan pencatatan fenomena yang diselidiki secara sistematis adalah bagian dari teknik observasi. Sebenarnya, observasi tidak hanya dilakukan secara langsung atau tidak langsung.⁵⁴

Menurut Sutrisno Hadi, metode observasi berarti mengamati, mencatat, dan menganalisis fenomena yang dipelajari. Dalam pengamatan, atau observasi, informasi dicatat oleh peneliti atau rekan penelitian tentang apa yang mereka lihat selama penelitian. Dari definisi sebelumnya, metode observasi dapat didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung melalui pengamatan situasi atau kejadian di lapangan.

Jenis-jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Observasi non partisipan, berarti peneliti tidak terlibat langsung atau tidak berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang yang sedang diamati. Dalam jenis observasi ini, peneliti hanya mengamati dan mencatat perilaku atau kejadian yang terjadi tanpa ikut serta dalam interaksi atau aktivitas yang berlangsung, sehingga keberadaannya tidak mempengaruhi objek yang diamati.
- b) Observasi Terstruktur, berarti dalam melakukan observasi, peneliti mengikuti pedoman atau kerangka kerja yang telah disiapkan sebelumnya. Dalam jenis observasi ini, peneliti memiliki instrumen atau daftar pertanyaan yang spesifik untuk mengarahkan pengamatan, sehingga data yang dikumpulkan lebih terfokus, sistematis, dan dapat dibandingkan dengan mudah. Pendekatan ini

⁵³ Abdurrahman Fatoni, Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm.104

⁵⁴ Nana Sudjana, Penelitian dan Penilaian (Bandung: Sinar Baru, 2019), hlm.84

memungkinkan peneliti untuk mengamati aspek-aspek tertentu dengan cara yang lebih terorganisir. Jadi pada teknik penelitian ini, dengan menyaksikan dakwah Ustadz Akang Anom Lewat Platform Tiktok.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu dengan mengumpulkan data yang diperoleh dari video dan tiktok serta data lain dari buku-buku maupun teknologi informasi seperti media sosial.

D. Teknik Analisis Data

Untuk menyelesaikan kegiatan penelitian ilmiah, analisis data merupakan tahapan terpenting dalam pengumpulan data. Data disusun secara runtut dan diperoleh dari catatan peristiwa dan dokumentasi, sehingga analisisnya memberikan makna dan nilai. Selanjutnya, analisis data kualitatif dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Kemudian kesimpulan tentang retorika dakwah yang digunakan Ustadz Akang Anom di akun Tiktoknya.

Penelitian ini menerapkan metode analisis isi, yaitu sebuah teknik penelitian yang digunakan untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dengan memperhatikan konteks data. Analisis isi melibatkan prosedur-prosedur khusus dalam memproses data ilmiah untuk memberikan wawasan dan pengetahuan baru. Teknik ini menjelaskan bahwa analisis isi melibatkan pencatatan simbol atau pesan secara sistematis dan kemudian memberikan interpretasi terhadapnya.

Adapun Langkah-Langkah dalam analisis isi adalah;⁵⁵

1. Pengumpulan dan Persiapan Data

Kumpulkan data dari sumber yang relevan dan lakukan transkripsi jika diperlukan. Persiapkan data untuk dianalisis dengan memastikan kebersihan dan keterbacaan.

⁵⁵ Sembiring, Dudu Mawarida, Eko Kuntarto, and Andiopenta Purba. "Analisis Isi: Karakteristik Teks Dalam Buku Bahasa Indonesia Pegangan Siswa Sma." *Literasi: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa, Sastra Indonesia dan Daerah* 13.1 (2023): 112-119.

2. Pengkodean Data

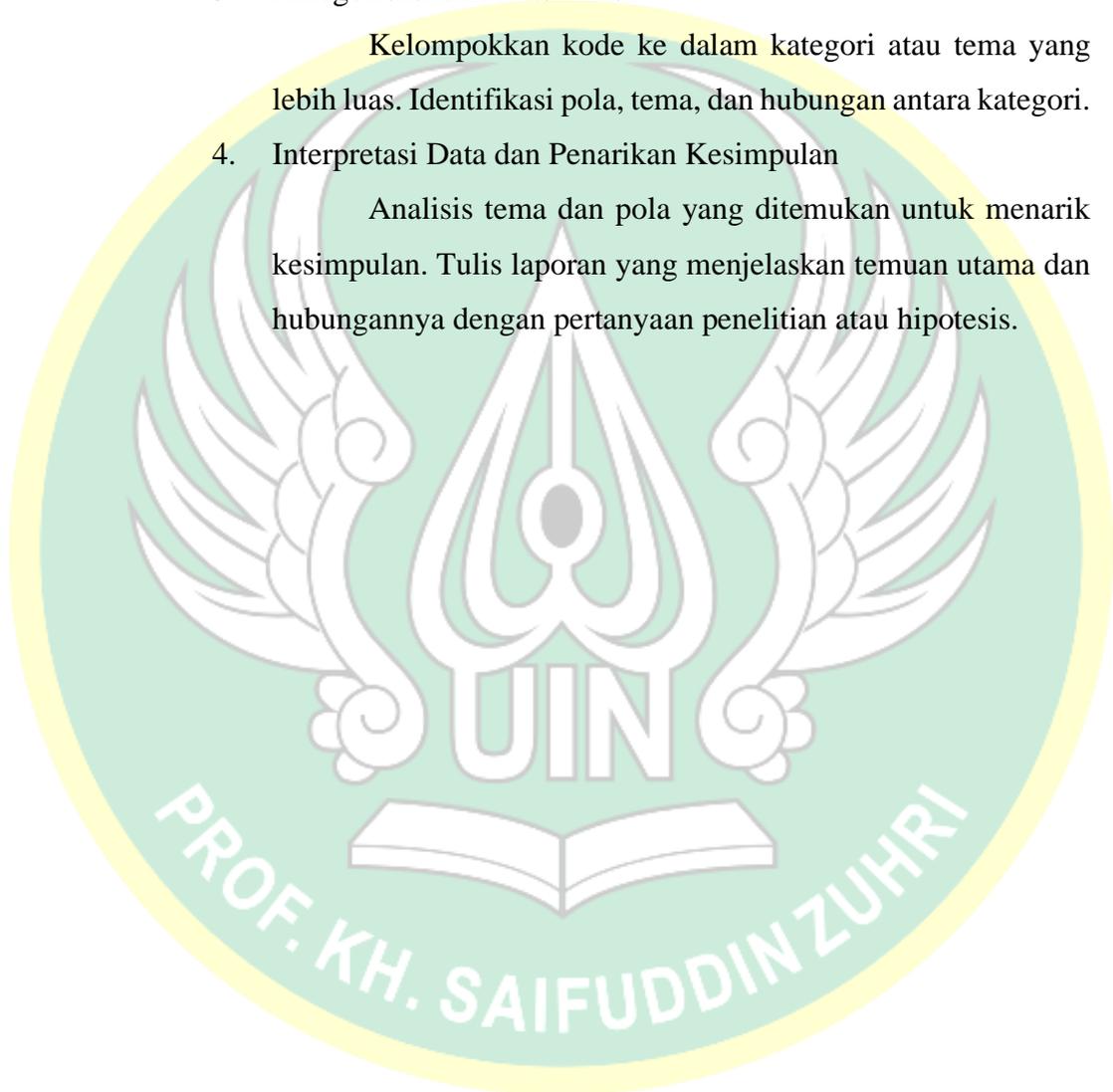
Tandai data dengan kode atau label yang relevan untuk mengidentifikasi elemen penting. Koding dapat bersifat deduktif (berdasarkan teori) atau induktif (berdasarkan pola yang muncul).

3. Kategorisasi dan Klasifikasi

Kelompokkan kode ke dalam kategori atau tema yang lebih luas. Identifikasi pola, tema, dan hubungan antara kategori.

4. Interpretasi Data dan Penarikan Kesimpulan

Analisis tema dan pola yang ditemukan untuk menarik kesimpulan. Tulis laporan yang menjelaskan temuan utama dan hubungannya dengan pertanyaan penelitian atau hipotesis.

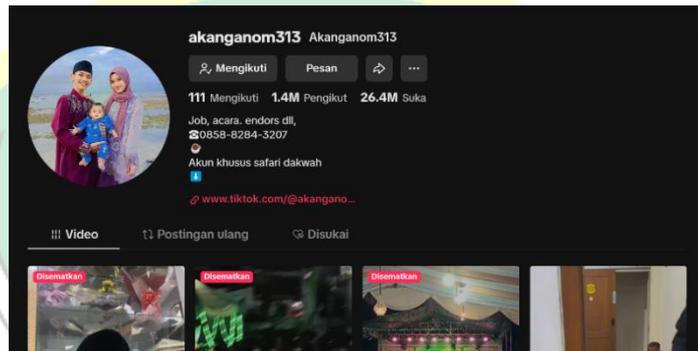


BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Profil Akang Anom



Gambar 1. Profil Tiktok Akang Anom

Fajar Ali Atibrizzi, lebih dikenal sebagai Akang Anom, adalah seorang pendakwah muda asal Indonesia yang lahir pada 30 Juni 2001 di Tangerang. Sosok ini menjadi terkenal berkat dakwahnya yang disampaikan melalui platform media sosial TikTok, tempat di mana ia dengan gaya yang sederhana namun mengena, menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang relevan bagi audines.

Akang Anom tumbuh dalam latar belakang keluarga yang tidak memiliki pemahaman agama yang mendalam. Meskipun demikian, ia berhasil membentuk jati dirinya sebagai pendakwah. Tidak seperti banyak pendakwah lain yang mungkin memiliki latar belakang pendidikan agama formal, Akang Anom hanya menempuh pendidikan formal hingga kelas 3 sekolah dasar. Meskipun terbatas dalam hal pendidikan formal, keterbatasan tersebut tidak menghalangi semangat dan dedikasinya untuk mendalami dan menyebarkan ajaran Islam.⁵⁶ Masa kecil Akang Anom dihabiskan di Lampung, di mana ia tinggal bersama ibunya. Namun selang beberapa lama, Akang Anom memulai

⁵⁶ Dokumentasi Pada Profil Tiktok Akang Anom, “diakses pada 25 November, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZS62wwA7o/>

pendidikan pesantrennya di Pondok Pesantren Al-Fattah Temboro, Lampung yang dipimpin oleh K.H Samsudin selama 3 tahun. Setelah memasuki usia remaja, beliau pindah ke Tangerang Bersama ayahnya. Kemudian pindah lagi ke Garut untuk mondok di Pondok Pesantren Ansurul Huda Babakan, Cigedu, Kota Garut, Provinsi Jawa Barat dibawah pimpinan K.H Darda Al-Ghifary selama 3 tahun. Setelah itu beliau pindah lagi ke Pondok Pesantren Darul Bahjah, Legok, Tangerang, Banten dibawah pimpinan Ustadz Ahmad Humaedi selama 3,5 tahun. Pergantian lingkungan Pondok Pesantren ini mungkin juga turut membentuk perspektifnya dalam kehidupan, karena ia mengalami perubahan besar dari hidup di desa ke kota yang lebih modern. Pengalaman hidup di dua lingkungan berbeda ini mungkin memberi Akang Anom pemahaman yang luas tentang keagamaan dan kehidupan masyarakat.⁵⁷

Setelah keluar sebagai alumni dari Pondok Pesantren, Akang Anom memulai dakwahnya melalui Akun Tiktok. Berbagai pembahasan dibahas oleh Akang Anom, sehingga banyak orang yang melihat dakwah yang dilakukan oleh Akang Anom tersebut berdampak pada ketertarikan. Banyak orang yang mulai mengikuti dakwah Akang Anom melalui Tiktok tersebut. Tidak hanya lewat Tiktok saja, tetapi akang anom juga kerap berdakwah secara langsung ditempat sederhananya dengan beberapa orang saja. Akang Anom juga kerap memimpin orasi, tercatat orasi yang disampaikan ketika mendukung kemerdekaan Palestina yang berada di Masjid Agung Al-Amjad di Tangerang, kemudian orasi kedua dengan tujuan untuk membebaskan Ustadz Cecep dari penjara di Cianjur, dan orasi yang ketiga atas penyimpangan yang dilakukan oleh Pondok Pesantren Al-Zaytun yang berada di Indramayu.

⁵⁷ Dokumentasi Pada Profil Tiktok Akang Anom, “diakses pada 26 November, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZS62wwA7o/>

Di TikTok, Akang Anom menggunakan gaya dakwah yang sangat akrab, singkat, padat, dan penuh visual yang menarik. Melalui video-video pendeknya, Akang Anom mampu menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang mudah dicerna dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiensnya. Gaya bahasanya santai, akrab, dan tidak menggurui, sehingga banyak orang merasa terhubung dengannya.

Dakwah Akang Anom di TikTok juga mencakup topik-topik yang sering kali dianggap tabu atau kurang dibicarakan dalam forum-forum dakwah tradisional. Ia membahas masalah kehidupan remaja, seperti pergaulan, kesehatan mental, rasa percaya diri, hingga tantangan menghadapi tekanan sosial. Pesannya disampaikan dengan cara yang empatik dan relatable, membuat banyak pengikutnya merasa dipahami. Akang Anom juga terbuka untuk berdiskusi dengan pengikutnya, merespons pertanyaan-pertanyaan dan komentar mereka dengan bijak.⁵⁸

Keberhasilannya dalam menarik perhatian audiens di media sosial menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang lebih segar dan adaptif terhadap perkembangan zaman bisa efektif dalam menjangkau generasi muda. Akang Anom juga memperlihatkan bahwa keterbatasan latar belakang formal bukanlah hambatan untuk seseorang berkontribusi positif dalam masyarakat, khususnya di bidang dakwah. Melalui ketekunannya, ia telah menjadi simbol bahwa siapa saja bisa menjadi agen perubahan, terlepas dari latar belakang atau tingkat pendidikan.

Akang Anom kini terus berkembang sebagai figur publik dalam dunia dakwah, mendapatkan banyak pengikut dari berbagai lapisan masyarakat yang tertarik dengan caranya yang inovatif dan relevan dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Pesan-pesannya yang mengedepankan kesederhanaan, kasih sayang, dan relevansi dalam kehidupan modern membuatnya semakin dikenal dan dihormati di kalangan muda.

⁵⁸ Dokumentasi Pada Video Profil Tiktok Akang Anom, “diakses pada 25 November, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZS62wwA7o/>

2. Profil Tiktok Akang Anom

Akang Anom adalah seorang pendakwah muda yang memanfaatkan TikTok sebagai platform untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Dia memulai akun TikTok-nya pada tahun 2020 dan mengunggah video pertamanya pada 22 September 2022 dengan username Akanganom313. Saat ini, akun tersebut telah menarik 1,4 juta pengikut dengan total 378 video dan 27,2 juta likes, dihitung dari tanggal 21 November 2024.⁵⁹

Akang Anom telah memanfaatkan platform media sosial, khususnya TikTok, untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan kepada generasi muda. Dalam konteks di mana banyak informasi beredar dengan cepat dan sering kali tidak akurat, kehadirannya menawarkan perspektif yang dapat diandalkan. Ia memahami bahwa generasi muda saat ini lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial, sehingga memilih untuk menjangkau mereka di tempat yang mereka sering kunjungi. Dengan akun TikTok @akanganom313, ia berusaha menghadirkan dakwah yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Melalui akun TikTok-nya yang bernama @akanganom313, ia mulai membuat konten yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang agama Islam. Dengan gaya penyampaian yang menarik dan mudah dipahami, Akang Anom berhasil menarik perhatian banyak audiens. Ia dikenal karena kemampuannya menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan oleh pengikutnya, serta memberikan penjelasan mengenai isu-isu yang sedang viral. Salah satu kekuatan Akang Anom adalah interaksinya yang aktif dengan audiensnya. Ia tidak hanya menyajikan konten, tetapi juga merespons komentar dan pertanyaan yang diajukan oleh netizen. Dengan cara ini, ia menciptakan suasana diskusi yang dinamis, di mana pengikut merasa dihargai dan

⁵⁹ Profil Tiktok Akang Anom, “diakses pada 26 November, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZS62wwA7o/>

terlibat. Interaksi ini tidak hanya memperkaya pengalaman audiens, tetapi juga membantu Akang Anom dalam memahami apa yang menjadi kebutuhan dan keingintahuan generasi muda terkait agama.⁶⁰

Akun tiktok Akang Anom mulai naik daun ketika video tanggapan yang beliau buat melalui video dan diunggah ke Tiktok. Konten tersebut berisikan sebuah tanggapan atas isu yang terjadi mengenai pondok al-zaytun yang sangat kontroversial pada saat itu. Pondok yang dipimpin oleh Panji Gumilang itu mengandung kontroversi karena ajaran yang tidak sesuai dengan sudut pandang islam. Pada saat itulah Akang Anom menanggapi atas problematika tersebut dengan membuat video dengan isi video berisi tanggapan terhadap pimpinan pondok tersebut. Bahkan Akang Anom juga mengajak berdiskusi pada salah satu alumni pondok al-zaytun lewat platform tiktok.

Dakwah digital yang dilakukan oleh Akang Anom memiliki dampak yang signifikan, terutama bagi generasi muda yang seringkali terpapar informasi yang beragam dan tidak selalu akurat. Dengan menjawab pertanyaan dan meluruskan kesalahpahaman yang sering muncul, ia berkontribusi dalam menciptakan pemahaman yang lebih baik tentang ajaran Islam. Konten-kontennya yang menarik tidak hanya membuat audiens merasa teredukasi, tetapi juga memberi mereka rasa nyaman dalam berdiskusi tentang isu-isu agama.

Akang Anom telah berhasil menciptakan ruang untuk dakwah yang menarik dan informatif di era digital. Ia menunjukkan bahwa dakwah tidak harus bersifat formal atau kaku, melainkan dapat disampaikan dengan cara yang santai dan interaktif. Dengan komitmen untuk menjawab pertanyaan dan meluruskan kesalahpahaman, Akang Anom berperan penting dalam membentuk pemahaman yang lebih baik

⁶⁰ Profil Tiktok Akanganom313, Diakses pada 25 Desember 2024
<https://vm.tiktok.com/ZS6Mqq8s7/>

tentang agama di kalangan generasi muda. Sebagai pendakwah digital, ia tidak hanya menyebarkan pengetahuan, tetapi juga menginspirasi banyak orang untuk lebih mendalami ajaran agama dengan cara yang positif dan konstruktif. Dengan membahas berbagai problematika dalam fikih, tauhid, nahwu, dan isu-isu kontemporer, Akang Anom menjadi salah satu tokoh penting dalam dakwah digital yang layak dicontoh.⁶¹

3. Konten Dakwah Pada Tiktok Akang Anom

Konten yang disajikan dalam akun Tiktok Akang Anom berisikan berbagai macam pembahasan, mulai dari fikih, tauhid, nahwu, dan pembahasannya juga disesuaikan dengan pertanyaan netizen. Sedangkan untuk pembahasan yang paling sering Akang Anom sampaikan adalah video motivasi, pembahasan ilmu fikih, dan argumen akang anom dalam meluruskan masalah yang berkaitan dengan agama. Setiap video yang ia unggah biasanya berdurasi singkat, namun padat dengan informasi dan inspirasi. Ia seringkali membahas topik yang mungkin menjadi pertanyaan umum di kalangan netizen, seperti hukum-hukum agama, cara berinteraksi yang baik, dan pentingnya menjaga hubungan antar sesama.

Akun TikTok Akang Anom telah menghasilkan total 374 video yang tersebar dari tahun 2022 hingga 2024, dengan tema pembahasan dan durasi yang berkembang sesuai kebutuhan audiens. Pada tahun 2022, jumlah video yang diunggah sebanyak 21 video dengan rata-rata durasi antara 1 hingga 2 menit. Tema pembahasannya cenderung berfokus pada pesan-pesan motivasi, seperti pentingnya bersyukur, semangat menuntut ilmu, dan nilai-nilai positif dalam kehidupan

⁶¹ Profil Tiktok Akanganom313, Diakses pada 25 Desember 2024
<https://vm.tiktok.com/ZS6Mqq8s7/>

sehari-hari. Konten pada tahun ini lebih ringan dan inspiratif, menyesuaikan kebutuhan awal untuk menarik perhatian audiens.⁶²

Pada tahun 2023, terjadi lonjakan jumlah video yang signifikan, mencapai 202 video, menjadikannya tahun paling produktif. Rata-rata durasi video tetap berkisar antara 1 hingga 2 menit, tetapi beberapa video memiliki durasi lebih panjang hingga 6 menit untuk mendalami topik tertentu. Tema yang diangkat mulai bergeser ke fikih, dengan pembahasan yang lebih kompleks dan relevan dengan kehidupan modern. Akang Anom membahas isu-isu seperti penggunaan produk yang mengandung unsur non-halal secara tidak sengaja, dan menjaga kesucian dalam konteks modern. Video-video ini menunjukkan upaya Akang Anom untuk memberikan solusi atas pertanyaan-pertanyaan praktis dari audiensnya.

Pada tahun 2024, jumlah video yang diunggah mencapai 151 video, dengan durasi rata-rata tetap antara 1 hingga 2 menit. Tema pembahasan yang lebih lengkap, dengan isi berupa video motivasi, fikih, dan tanggapan atas problematika yang tengah hangat menjadi perbincangan, tetapi dengan fokus yang lebih spesifik, seperti motivasi dalam menjalani hidup, penjelasan ilmu fikih dan tanggapan atas sebuah kasus agama. Akang Anom menunjukkan konsistensi dalam menyampaikan dakwah yang relevan dengan kebutuhan audiens, memanfaatkan gaya komunikasi yang santai namun tetap mendidik.⁶³

Salah satu keunikan Akang Anom adalah cara dia berinteraksi dengan para pengikutnya. Ia tidak hanya mengunggah konten satu arah, tetapi juga aktif menjawab pertanyaan dan komentar yang ditinggalkan oleh netizen. Metode ini menciptakan dialog yang dinamis dan mendalam. Dengan menjawab komentar secara langsung, ia dapat

⁶² Profil Tiktok Akanganom313, Diakses pada 25 Desember 2024
<https://vm.tiktok.com/ZS6Mqq8s7/>

⁶³ Profil Tiktok Akanganom313, Diakses pada 25 Desember 2024
<https://vm.tiktok.com/ZS6Mqq8s7/>

memberikan penjelasan yang lebih spesifik sesuai dengan konteks pertanyaan yang diajukan, serta sudut pandang Islam yang mendalam.

Misalnya, jika ada netizen yang bertanya tentang pandangan Islam mengenai sebuah isu sosial, Akang Anom akan merespons dengan mengutip ayat-ayat Al-Qur'an atau hadis yang relevan, sekaligus memberikan penjelasan yang mudah dipahami. Pendekatan ini membuat konten dakwahnya terasa lebih personal dan dekat dengan audiens, menciptakan rasa saling memahami dan menghargai.

Kehadiran Akang Anom di TikTok tidak hanya memberikan pencerahan bagi individu, tetapi juga berkontribusi dalam membangun kesadaran agama di kalangan generasi muda. Dengan menggunakan platform yang mereka akrab, ia berhasil menarik perhatian anak-anak muda untuk lebih mengenal dan memahami ajaran Islam dengan cara yang menyenangkan dan tidak membosankan. Selain itu, melalui konten yang interaktif, Akang Anom mendorong audiens untuk berpikir kritis dan bertanya, sehingga menciptakan suasana diskusi yang sehat. Ini penting untuk menciptakan masyarakat yang lebih toleran dan terbuka terhadap perbedaan.

Pada tahun-tahun sebelumnya, pesan motivasi lebih banyak berisi nasihat sederhana seperti mengingatkan untuk selalu bersyukur, sabar dalam menghadapi ujian, atau pentingnya menjaga semangat hidup. Meski bermanfaat, pendekatannya sering bersifat umum tanpa menghubungkannya dengan situasi spesifik yang dihadapi audiens, seperti tantangan mental generasi muda atau krisis nilai dalam kehidupan modern.

Pada tahun 2024, pembahasan ini berkembang menjadi lebih terarah dan mendalam. Contohnya, pembahasan mengenai cara mengatasi rasa putus asa dilengkapi dengan kisah-kisah inspiratif dari Nabi dan sahabat, serta tips praktis yang sesuai dengan konteks zaman. Pesan motivasi juga mulai menjangkau audiens yang menghadapi masalah spesifik, seperti pelajar yang stres menghadapi pendidikan,

pekerja yang merasa tertekan oleh karier, atau generasi muda yang kehilangan arah. Dengan fokus pada solusi yang aplikatif, pesan motivasi pada 2024 menjadi lebih berpengaruh dan relevan.⁶⁴

Tahun-tahun sebelumnya cenderung berfokus pada fikih dasar, seperti tata cara ibadah yang benar, kewajiban puasa, dan syarat-syarat sahnya shalat. Meski penting, pembahasan ini kurang menyentuh isu-isu yang lebih kompleks atau relevan dengan kehidupan modern. Misalnya, tidak banyak diskusi mengenai fikih kontemporer yang menyangkut teknologi atau keuangan modern.

Pada 2024, pembahasan fikih menjadi jauh lebih luas dan spesifik. Contohnya, dibahas tentang hukum transaksi digital dalam Islam, seperti penggunaan dompet elektronik untuk zakat atau sedekah. Topik lain yang diangkat termasuk panduan syar'i terkait interaksi di media sosial, seperti batasan berkomentar atau berbagi konten yang tidak sesuai adab Islami. Pembahasan ini menjawab kebutuhan umat Muslim yang menghadapi situasi baru dalam kehidupan sehari-hari, menjadikannya lebih relevan dan aplikatif.

Pada periode sebelumnya, tanggapan terhadap permasalahan agama terbatas pada pertanyaan-pertanyaan yang umum, seperti hukum halal-haram atau panduan ibadah. Meski berguna, pembahasannya kurang mendalam, terutama untuk menjawab persoalan yang lebih kompleks, seperti kesehatan mental, hubungan antarumat beragama, atau tantangan hidup di masyarakat modern. tanggapan terhadap permasalahan agama berkembang pesat dengan mencakup isu-isu aktual yang sering menjadi perdebatan di masyarakat. Misalnya, bagaimana Islam memandang pentingnya menjaga kesehatan mental dan memberikan solusi praktis untuk mengatasi depresi atau kecemasan. Topik lain yang dibahas meliputi hubungan lintas agama

⁶⁴ Profil Tiktok Akanganom313, Diakses pada 25 Desember 2024
<https://vm.tiktok.com/ZS6Mqq8s7/>

dalam konteks kerja sama sosial serta peran generasi muda dalam berdakwah melalui media digital. Pendekatan ini bukan hanya memberikan jawaban, tetapi juga mengedukasi audiens dengan perspektif Islam yang kontekstual dan solutif.

Pada tahun 2024, pembahasan menjadi lebih mendominasi dan lengkap karena didukung oleh relevansi terhadap tantangan zaman dan kebutuhan audiens yang spesifik. Pesan motivasi lebih menyentuh hati, pembahasan fikih lebih aplikatif, dan tanggapan atas permasalahan agama lebih komprehensif. Dibandingkan dengan 2022 dan 2023, tahun ini menunjukkan peningkatan kualitas yang signifikan, menjadikannya lebih efektif dalam memberikan manfaat kepada masyarakat luas.

Tabel 2 Data Penelitian Video Tiktok Akang Anom

No	Judul Video	Durasi Video	Tanggal Unggahan	Topik Pembahasan
1	Memperbaiki Diri	02 : 45 Menit	07 Oktober 2024	Motivasi untuk berusaha memperbaiki diri
2	Hukum Memakan Daging B2 Secara Tidak Sengaja	02 : 32 Menit	12 Juli 2024	Penjelasan fikih terkait Hukum memakan daging babi secara tidak sengaja
3	Kontroversi Abah Gufron	02 : 12 Menit	30 Juli 2024	Penjelasan dakwah yang mengandung kontroversi

Peneliti dalam transkrip teks mengambil dari tiga video. Dari ketiga video tersebut membahas berbagai problematika yang dialami manusia pada umumnya. Dalam video tersebut, peneliti memilih ketiga video tersebut dikarenakan masing video memiliki karakteristik yang merepresentasikan pendekatan retorika dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya komunikasi audiens di tahun 2024. Video-video ini mencerminkan bagaimana Akang Anom secara efektif mengemas dakwahnya dalam konteks digital untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan praktis sekaligus membangun motivasi spiritual.

Dalam video tersebut juga memanfaatkan gaya komunikasi yang cenderung visual, ringkas, dan menyukai konten yang relevan serta aplikatif. Video-video tersebut mencerminkan bagaimana dakwah dapat disesuaikan dengan konteks digital di tahun 2024 untuk menjawab kebutuhan spiritual sekaligus menjadi panduan praktis dalam kehidupan sehari-hari. Berikut terkait transkrip ceramah ustadz Akang Anom di Tiktok;

- a. Video Dakwah yang Dengan Judul Berusaha Untuk Memperbaiki Diri Pada Tanggal 07 Oktober 2024



Gambar 2. Video Tiktok Akang Anom Dengan Judul “Memperbaiki Diri”

Video yang dipublikasikan pada tanggal 07 Oktober 2024 dengan jumlah like sebanyak 155.2 k dengan jumlah komentar sebanyak 2.2 k dan jumlah yang membagikan sebanyak 31.3 k. Pada Video Akang Anom ini menyampaikan pesan motivasi yang berfokus pada semangat memperbaiki diri dan berkontribusi dalam menyebarkan kebaikan. Akang Anom mengakui bahwa setiap orang memiliki masa lalu yang mungkin tidak baik, namun hal itu tidak menghalangi seseorang untuk berubah menjadi lebih baik. Pesannya menciptakan rasa optimisme bahwa rahmat Allah selalu terbuka bagi siapa saja yang berusaha. Berikut transkrip ceramah Akang Anom di Tiktok

“ Ya, gue tau Semua orang punya masa lalu yang gak baik, termasuk saya. Tapi bukan berarti kita gak berhak untuk menjadi baik di kemudian hari, kita harus terus berusaha untuk memperbaiki diri. Kita bukan orang soleh. Tapi itu artinya bukan berarti kita harus bangga dengan salah, la haiasu mirrohmatillah, Jangan berputus asa dari rahmat Allah, dimanapun! Kalau mereka bangga dengan maksiat dan dosa yang dipublikasikan di umbar-umbar, kita harusnya bangga diberi kesempatan untuk menjadi pribadi yang meng-share banyak kebaikan. Kalau kalian gak bisa jadi konten kreator dakwah, jadilah orang yang share video-video dakwah atau menyimpan video-video dakwah. Karena kita gak tahu Fadlullah datangnya dari mana, mungkin Allah ridho karena salah satu videonya ternyata Menjadi sebab seseorang itu Hijrah berubah jauh lebih baik lagi Dan kita mendapatkan pahala yang mengalir. Semangat, harus berperasaan baik kepada Allah ”⁶⁵

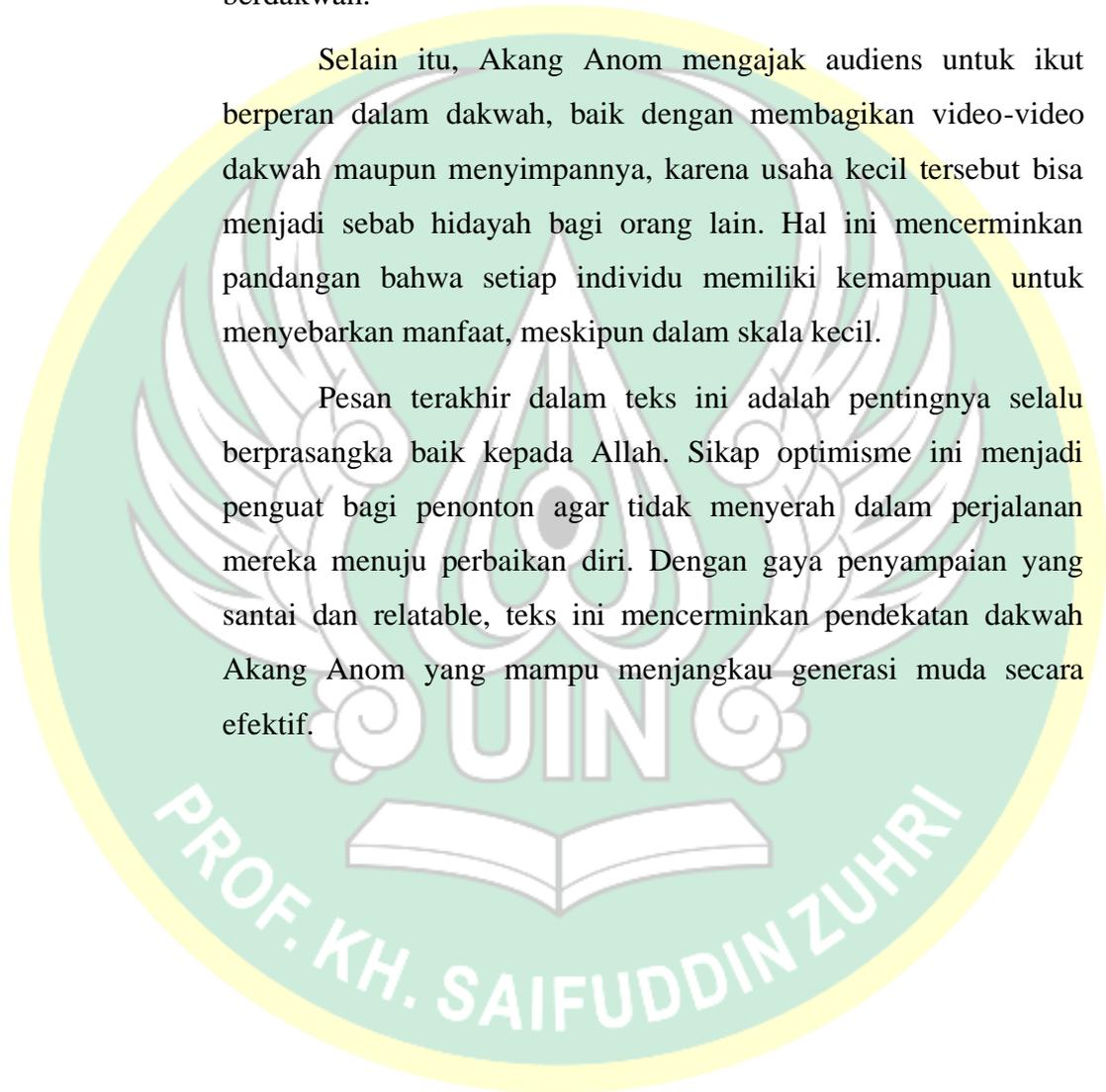
Dalam teks ini, Akang Anom menekankan pentingnya tidak berputus asa dari rahmat Allah, mengingatkan bahwa Allah selalu

⁶⁵ Dokumentasi Video Tiktok Akang Anom Judul “Memperbaiki Diri”, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 21.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

memberikan kesempatan untuk berubah. Ia juga memberikan perbandingan antara perilaku orang yang bangga dengan dosa dan maksiat yang diumbar, dengan orang yang bangga dalam menyebarkan kebaikan. Pesan ini mendorong audiens untuk memilih jalan yang lebih baik dan memanfaatkan peluang untuk berdakwah.

Selain itu, Akang Anom mengajak audiens untuk ikut berperan dalam dakwah, baik dengan membagikan video-video dakwah maupun menyimpannya, karena usaha kecil tersebut bisa menjadi sebab hidayah bagi orang lain. Hal ini mencerminkan pandangan bahwa setiap individu memiliki kemampuan untuk menyebarkan manfaat, meskipun dalam skala kecil.

Pesan terakhir dalam teks ini adalah pentingnya selalu berprasangka baik kepada Allah. Sikap optimisme ini menjadi penguat bagi penonton agar tidak menyerah dalam perjalanan mereka menuju perbaikan diri. Dengan gaya penyampaian yang santai dan relatable, teks ini mencerminkan pendekatan dakwah Akang Anom yang mampu menjangkau generasi muda secara efektif.



- b. Video Dakwah Dengan Judul Hukum Memakan Daging Babi Secara Tidak Sengaja Pada Tanggal 12 Juli 2024



Gambar 3. Video Tiktok Akang Anom Dengan Judul “Hukum Memakan Daging Babi Secara Tidak Sengaja”

Video ceramah yang dipublikasikan Akang Anom yang berjudul Hukum Memakan Daging Babi Secara Tidak Sengaja pada tanggal 29 Juli 2024. Transkrip video Akang Anom ini membahas hukum makan daging babi (B2) dan anjing (B1) dalam perspektif Islam. Video Tiktok dengan jumlah penonton sebanyak 436.6 k dengan jumlah like sebanyak 24.2 k dan komentar sebanyak 659 dan jumlah yang membagikan sebanyak 841. Dalam video tersebut juga membahas zaman yang mana saat ini banyak sekali orang muslim yang terperdaya akan hawa nafsu mereka sendiri. Hanya demi kenikmatan, mereka rela melakukan hal yang seharusnya tidak dilakukan oleh seorang muslim, contohnya seperti makan daging B2. Lantas bagaimana hukumnya ketika seseorang yang tak sengaja memakan daging B2.

“Apa hukumnya makan daging B2 tapi kita tidak tahu? Buat teman-teman biar gak disclaimer. Daging B2 itu daging babi dan daging B1 itu daging anjing. Kalau plat B, plat Jakarta Plat F Bogor, D Bandung, A Serang, hahahaha. Lebih enak makan daging

wagyu ya daripada B1 atau B2. Nah misalnya nih ada orang kerja atau gak sengaja dikasih sama temennya daging B1 atau B2 anjing dan babi dimakan sama dia dalam keadaan gak tahu, maka hukumnya tidak dosa. Tapi mulutnya harus disucikan, karena ini tergolong dalam najis yang berat, Mugholadoh. Fikih membahas ini, cara pensuciannya kumur-kumur tujuh kali yang salah satunya menggunakan turab atau tanah, tanahnya harus tanah yang suci bersih dan tidak tercampur dengan najis. Misalnya digundukan ada tanah paling ujung kita ambil atau tanahnya kita bersihkan kemudian dikeringkan baru kita pakai untuk bersuci, atau tanah di dalam sungai Itu sudah jelas suci atau kalau mau lebih simple ambil ember yang airnya suci dan mensucikan, campur dengan tanah yang suci, obok-obok tujuh kali, kumur-kumur tujuh kali udah selesai itu, udah aman banget itu.

Cara pensuciannya terus gimana nih kak, kalau kita punya temen, temennya punya anjing angora, anjing angora, maksudnya yang bulu-bulunya bagus itu, kita pegang bulunya najis apa enggak? Dalam fikih, dalam kitab kasifatus sajah ini dibahas, kalau tangan kita kering bulunya juga kering, kita pegang Itu tidak menjadikan tangan kita jadi najis sama-sama kering, bulunya kering tangan juga kering, tapi kalau salah satu diantara keduanya basah bulunya basah atau tangan kita basah, maka jadi najis mughaladah, atau misalkan kita lagi jalan dijilat sama anjing, itu juga jadi najis mughaladah, atau terkena dari cairan di kakinya atau terkena kotorannya Itu juga sama jadi najis mughaladah.

Perkara anjing dan babi ini diharamkan oleh Allah sebagai bentuk ujian, apalagi kalau babi-babi ini punya karakter watak yang memang betul-betul tidak perikehewanitan gitu sih Jadi ada di jaman Romawi nama orang Frank, nah si Frank ini suka mengkonsumsi B2 atau babi, kemudian dia ini watak-watak karakternya itu sama seperti si babi itu tuh. Jadi diantaranya mohon maaf ya buat teman-

teman yang non-muslim Karena ini buat muslim ya jadi dia gak cemburu kalau pasangannya dideketin sama orang lain, dan watak karakternya pun sama seperti hewan tersebut. Nah diantaranya adalah ujian untuk kita karena umat beragama, jarbil masolih wa darbil mafasih, Mendatangkan kemaslahatan meninggalkan kemadaratan, melakukan yang diperintahkan, meninggalkan yang dilarang.

Di antaranya itu, ini perkara terkait tentang daging babi dan daging anjing, tapi nanti ada pembahasan dimana daging B1 dan B2 ini boleh dikonsumsi, Contoh begini, ada orang tinggal di dalam hutan atau dia tersesat di dalam hutan. Makanannya habis, mau naik pesawat, pesawatnya jatuh, di dalam hutan, keluar jauh, makanannya habis, sampai kalau dia nggak makan daging B1 atau B2 bakal mati. Ini orang maka boleh dikonsumsi asal jangan terlalu kenyang, secukupnya saja. Dalam keadaan liddoruroti ada udzur diperbolehkan.

Nah cara pensucian dari najis-najis tersebut sebenarnya gampang. Tinggal tujuh kali pensucian dengan salah satunya menggunakan turab atau tanah. Di ujungnya pakai tanah, jadi pas basuhan ketujuh pakai tanah, baju yang terkena air liur atau terkena najis anjing dan babi Ini udah gak diperbolehkan untuk digunakan untuk beribadah, kecuali setelah dia disucikan. Nah sekarang hukumnya bagaimana kalau ada umat muslim memelihara anjing? Kalau babi udah bener-bener mutlak nggak boleh nih untuk dipelihara nih, ini anjing masih ada toleransir nih.

Di agama kita nih Ada ruksoh lah ada kemurahan. Soalnya di Garut Di daerah Gunung Cikurai atau di beberapa gunung, itu di bawahnya ada masyarakat yang dia memelihara anjing untuk berburu, dan itu diperbolehkan asal kandangnya jauh dari pemukima. Kandangnya jauh dari rumah, karena Malaikat Rahmat nggak masuk ke dalam rumah yang terdapat anjing atau babinya di

sana, Wallahuaklam bisoab. Jadi begitu bro, BTW tolong disepil ya Rasanya B2 itu seperti apa kita juga mau tau, kriuk-kriuk gak?''.⁶⁶

Akang Anom menyampaikan bahwa seseorang yang tidak sengaja memakan daging babi atau anjing tanpa mengetahuinya tidak dihukumi berdosa. Namun, ada kewajiban untuk menyucikan mulut karena jenis daging tersebut tergolong najis berat (mughaladah). Ia memberikan penjelasan rinci tentang cara pensucian ini, yaitu berkumur tujuh kali, salah satunya menggunakan tanah yang suci. Langkah-langkah praktis seperti memilih tanah yang bersih dan cara mencampurkannya dengan air juga dijelaskan secara detail, sehingga mudah dipahami oleh audiens.

Selanjutnya, ia membahas hukum terkait interaksi dengan anjing. Jika seseorang menyentuh bulu anjing dalam kondisi kering, baik tangan maupun bulunya, maka tidak dianggap najis. Namun, jika salah satu di antaranya basah, maka hal tersebut dikategorikan sebagai najis berat yang membutuhkan proses penyucian khusus. Penjelasan ini didasarkan pada kitab fikih, menunjukkan bahwa informasi yang diberikan memiliki landasan yang kuat dalam ajaran agama.

Dalam pembahasannya, Akang Anom juga menyampaikan alasan di balik larangan memakan babi dan anjing, yang dianggap sebagai bentuk ujian bagi umat Islam. Ia menyoroti karakteristik negatif dari babi, yang secara simbolis dianggap mencerminkan perilaku tidak baik. Larangan ini dihubungkan dengan prinsip Islam untuk mendatangkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan, dengan menekankan pentingnya menaati perintah Allah.

Akang Anom kemudian menyoroti situasi darurat, seperti seseorang yang terjebak di hutan tanpa makanan lain. Dalam kondisi

⁶⁶ Dokumentasi Video Tiktok Akang Anom Judul "Hukum Memakan Daging B2", diakses pada 25 November, 2024, Pukul 22.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M3KMT7/>

seperti ini, mengonsumsi daging babi atau anjing diperbolehkan untuk mempertahankan hidup, tetapi hanya dalam jumlah yang secukupnya. Penjelasan ini memberikan pemahaman bahwa hukum Islam memiliki fleksibilitas dalam situasi tertentu.

Video ini juga menyentuh hukum memelihara anjing dalam Islam. Memelihara babi sepenuhnya dilarang, tetapi memelihara anjing untuk kebutuhan tertentu, seperti berburu, diperbolehkan asalkan kandangnya berada jauh dari pemukiman. Hal ini dikaitkan dengan keyakinan bahwa malaikat rahmat tidak memasuki rumah yang terdapat anjing atau babi.

Sebagai penutup, Akang Anom kembali menggunakan humor, bertanya tentang rasa daging babi dan memberikan candaan ringan yang menghibur. Penyampaian seperti ini menunjukkan bagaimana Akang Anom menggabungkan penjelasan hukum fikih yang mendalam dengan gaya komunikatif yang santai dan menarik, sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda di platform digital seperti TikTok.

- c. Video Dakwah Dengan Judul Kontroversi Abah Gufron Pada Tanggal 06 Juni 2024



Gambar 4. Video Tiktok Akang Anom Dengan Judul “Kontroversi Abah Gufron”

Video tersebut mengangkat isu terkait seseorang bernama asli Yus atau dikenal dengan panggilan "Abah Gufron," yang sering menjadi perbincangan karena pernyataan-pernyataan kontroversialnya dalam forum publik. Video dengan jumlah penonton sebanyak 374.1 k dengan like sebanyak 18.9 k dan jumlah komentar 837 serta jumlah yang membagikan sebanyak 230. Video ini mencerminkan pandangan kritis terhadap Abah Gufron, menyoroti beberapa pernyataan dan tindakan yang dianggap menyimpang atau tidak pantas untuk disampaikan di hadapan khalayak luas.

“Oke belakangan ini seseorang yang bernama asli Yus Atau alam kunyahnya Gufron seringkali dipanggil Mama Gufron tapi disini kita panggil Abah Gufron. Abah Gufron ini menuai kontroversi pro dan kontra, banyak pernyataannya yang kata mereka itu di luar nurul. Banyak juga teman-teman yang bilang umur segini emang lagi lucu-lucunya nih. Ya gimana enggak coba, beberapa fatwanya, beberapa apa yang dia sampaikan di forum-forum besar seperti tabligh akbar, pengajian umum yang dihadiri ratusan bahkan ribuan orang itu nyeleneh. Kayak contoh satu dia sempat mengatakan diri sebagai penjaga gawang neraka. Men, penjaga gawang neraka berarti ada back, ada striker, ada back tengah, bisa dipensiunkan, bisa dicadangkan, bisa juga digantikan. Nah kalau digantikan kira-kira kalian mau gak jadi penggantinya?”

Terlepas dari apa yang dia katakan itu bahasa kinayah atau mazaji, gue gak peduli yang pasti kalau itu diucapkan di hadapan umum, dan didengar oleh orang awam seperti gue nih lah contohnya nih, ini bahaya, bisa menyesatkan, hati-hati, jadi gue gak sependapat nih dengan apa yang dia katakan dalam hal ini ya. Kemudian kedua, dia juga sempat mengatakan berteman dengan malaikat Rokib Atid pencatat amal nah ini kan udah di luar nurul ya. Kalau berteman dengan malaikat, takut kesononya nanti ngaku jadi nabi, bahaya nih ya, dia juga sempat bilang berteman baik dengan malaikat penurun

hujan, jadi dia bisa menghentikan hujan di beberapa acara-acara khusus tertentu, wah ini gak masuk di akal lagi nih. Dan gak pantas di videoin apalagi ini dimasukin ke sosial media ya, hal-hal semacam ini terlepas itu benar atau tidaknya.

Ini sangat gak pantas karena akan jadi konsumsi masal apabila dimasukin ke platform sosial media dan dia juga sempat bilang bahwa dia pencetus hari santri 22 Oktober yang padahal kita sama-sama tahu bahwa pencetus hari santri bukan Mama Gufran, bukan Abah Gufran. Tapi Hadratuseh Kihaji Hashim Ashari, dan yang lebih booming lagi. Dia ini punya Bahasa Menguasai bahasa Suryani. Bahasanya itu contohnya begini ya Maqalu inna inna maqalu inn, Ruhmatannu fitikataqa Wafi haba wafi yutubWafi was'ab maqalu inna maqalu inna Maqalu inna, Jadi inna maqalu inna. Dan padahal itu 100% bisa dipastikan Itu bahasa Arab teman-teman bukan Bahasa Suryani. Dan oh iya beliau juga lagi ngarang 500 kitab Bahasa Suryani.

Nah untuk tanggapan berikutnya dan seterusnya, silahkan kalian tanggapi sendiri. Terlepas dari itu saya juga tidak menafikan bahwa beliau orang tua. Mudah-mudahan beliau senantiasa dalam keadaan sehat yang taat diberi taufik oleh Allah. Ada pada jalur yang benar, kemudian menyampaikan yang hak dan tidak diluar nurul lagi. Karena mau bagaimanapun beliau ini katanya dan memang udah dipastikan validnya adalah salah satu murid dari Abuya Armin Cibuntu. Nah itu yang harus dipastikan, Lagian ngapain dikasih panggung juga sih Aduh, begitu aja lah".⁶⁷

Video ini membahas sosok bernama Abah Gufron, seorang tokoh yang menuai kontroversi karena berbagai pernyataan dan klaimnya di forum-forum publik. Dalam video tersebut, terdapat kritik terhadap ucapan-ucapan Abah Gufron yang dianggap tidak sesuai dengan logika atau ajaran agama. Salah satu yang disoroti adalah

⁶⁷ <https://vm.tiktok.com/ZS6M3KMT7/>, Dokumentasi Video Tiktok Akang Anom Judul "Kontroversi Mbah Gufron", diakses pada 25 November, 2024, Pukul 23.15 WIB

klaimnya sebagai penjaga gawang neraka, yang diulas secara humoris namun disampaikan dengan nada kritis, mengingat hal seperti itu berpotensi menyesatkan masyarakat awam.

Selain itu, Abah Gufron juga pernah menyatakan bahwa dirinya berteman dengan malaikat seperti Raqib dan Atid, serta malaikat penurun hujan. Klaim ini dipandang melampaui batas kewajaran dan dapat membawa dampak buruk jika diartikan secara harfiah oleh masyarakat. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa pernyataan semacam itu bisa berkembang menjadi sesuatu yang lebih ekstrem.

Klaim lain yang dibahas adalah pengakuannya sebagai pencetus Hari Santri Nasional. Padahal, secara sejarah Hari Santri diprakarsai oleh Hadratus Syekh KH. Hasyim Asy'ari. Klaim ini dinilai keliru dan tidak berdasarkan fakta. Ia juga menyebut dirinya mampu menguasai bahasa Suryani dan sedang menulis 500 kitab dalam bahasa tersebut. Namun, contoh bahasa yang diberikan dalam video justru adalah bahasa Arab, bukan Suryani, sehingga keabsahannya diragukan.

Video ini juga mengkritik penyebaran pernyataan-pernyataan kontroversial tersebut di media sosial, karena dapat menjadi konsumsi masyarakat luas dan memperkeruh pemahaman mereka. Meski begitu, pembuat video tetap menaruh harapan agar Abah Gufron diberikan kesehatan, petunjuk, dan keberkahan untuk kembali menyampaikan dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam. Kritik yang disampaikan ditutup dengan penghormatan terhadap beliau sebagai seorang yang telah lama berkecimpung di dunia keagamaan.

B. Analisis Isi Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom di Tiktok

Ada tiga macam alat persuasi yang dapat dibuat oleh pembicara. Yang pertama ditentukan oleh karakter personal pembicara jika isi pembicaraan sedemikian, hingga membuat pendengar berpikir bahwa pembicara adalah seseorang yang memiliki kredibilitas. Yang kedua persuasi akan sampai ke pendengar ketika isi pembicaraan menggerakkan emosi audiens., Yang ketiga, persuasi efektif dapat dicapai melalui isi

pembicaraan ketika kita bisa membuktikan kebenaran dengan menggunakan argument-argumen persuasif yang sesuai dengan keadaan yang dihadapi.⁶⁸

Teori retorika Aristoteles membagi seni berbicara dan persuasi menjadi tiga elemen utama, yaitu ethos, pathos, dan logos. Ketiganya digunakan untuk mempengaruhi audiens secara efektif dalam komunikasi.⁶⁹

Berikut adalah penerapan Retorika yang disampaikan oleh Akang Anom dengan menerapkan Tiga Bukti Retoris Teori Retorika Aristoteles yaitu, ethos, pathos, dan logos. Analisis tersebut dibuat sesuai dengan penelitian beberapa video yang sudah dipilih peneliti di atas.

1. Analisis Ethos, Pathos, dan Logos Pada Video Berusaha Memperbaiki Diri

a. Analisis Ethos

Analisis Penerapan Ethos, Pathos, dan Logos dalam Video Tiktok Akang Anom dengan judul Berusaha Memperbaiki Diri Pada Tanggal 07 Oktober 2024.

Ethos dalam retorika berfungsi membangun kredibilitas pembicara, yang membuat audiens mempercayai pesan yang disampaikan. Pada transkrip ini, Akang Anom menunjukkan ethos yang kuat melalui beberapa aspek penting, mulai dari keilmuan, integritas moral, hingga koneksi emosional dengan audiens.

1) Kredibilitas.

Pertama, Akang Anom memiliki kredibilitas tinggi dalam hal keilmuan agama. Sebagai seseorang yang telah menyelesaikan pendidikan di pondok pesantren selama 12 tahun, ia memiliki pengetahuan mendalam tentang ajaran Islam. Ini memberikan dasar keilmuan yang kuat bagi setiap pesan yang ia sampaikan. Ketika ia mengutip ayat *la taqnatu min rahmatillah*

⁶⁸ Basa basi, *Retorika Seni Berbicara Aristoteles* (Yogyakarta: Basabasi, 2024) hal.20-22

⁶⁹ Relly Anjar Wisnu S, *Retorika Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2024), hal.27

(*jangan berputus asa dari rahmat Allah*)⁷⁰, audiens dapat memahami bahwa ini adalah ajakan berdasarkan landasan agama yang benar, bukan sekadar opini pribadi

2) Integritas Moral

Akang Anom menunjukkan integritas moral yang tinggi melalui kejujurannya. Ia secara terbuka mengakui bahwa ia memiliki masa lalu yang tidak sempurna, bahkan mengatakan bahwa ia bukan orang yang sholeh, *kita harus berusaha memperbaiki diri, kita bukan orang soleh*.⁷¹ Pernyataan ini mencerminkan sikap jujur dan rendah hati, yang pada akhirnya meningkatkan rasa percaya dari audiens. Audiens tidak melihatnya sebagai sosok yang menggurui, tetapi sebagai seseorang yang sama-sama berjuang untuk menjadi lebih baik. Integritas moral ini juga tercermin dari nilai-nilai yang ia sampaikan, seperti menolak untuk bangga dengan dosa dan justru mendorong kebanggaan pada kesempatan berbuat baik.

3) Koneksi Emosional

Dalam hal koneksi emosional, Akang Anom berhasil menciptakan hubungan yang erat dengan audiensnya. Ia menggunakan bahasa sehari-hari seperti “*gue*” dan “*kalian*”, pada ceramah, *ya gue tau semua orang punya masa lalu yang ga baik, dan pernyataan kalau kalian gak bisa jadi konten kreator dakwah jadilah orang yang share video-video dakwah*.⁷² Pernyataan tersebut membuat pesan terasa akrab, terutama bagi audiens muda di TikTok. Pilihan kata ini menciptakan suasana percakapan yang santai dan tidak menghakimi. Selain itu, dengan menceritakan perjuangan pribadinya, ia menunjukkan

⁷⁰ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memperbaiki Diri*”, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 20.15 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁷¹ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memperbaiki Diri*”, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 20.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁷² Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memperbaiki Diri*”, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 20.53 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

bahwa ia memahami perasaan dan tantangan yang dialami audiens, terutama mereka yang merasa belum cukup baik. Pendekatan ini membuat audiens merasa didengar dan dimengerti, menciptakan koneksi emosional yang mendalam.

b. Analisis Pathos

Pathos berfokus pada emosi audiens untuk membangun koneksi dan memengaruhi pemahaman. Dalam video ini, pathos diterapkan dengan cara berikut:

1) Menggerakkan Audiens

Pathos dalam retorika berperan untuk menyentuh emosi audiens sehingga pesan menjadi lebih berkesan dan memotivasi tindakan. Dalam transkrip ini, Akang Anom berhasil menggunakan pathos untuk menggerakkan audiensnya melalui empati, motivasi, dan penguatan emosional.

Pertama, pesan ini menggerakkan audiens dengan memberikan harapan. Ia menyampaikan bahwa semua orang, termasuk dirinya, memiliki masa lalu yang tidak sempurna, tetapi itu bukan alasan untuk berhenti berusaha menjadi lebih baik. Kalimat seperti *“jangan berputus asa dari rahmat Allah”*⁷³ adalah pengingat penuh harapan bagi audiens yang mungkin merasa putus asa terhadap diri sendiri. Pesan ini secara emosional memberikan dorongan bagi audiens untuk terus memperbaiki diri, tanpa takut akan masa lalu.

2) Membangun Koneksi

Akang Anom juga membangun koneksi dengan audiens melalui empati. Dengan mengakui bahwa ia bukan orang yang sempurna, ia menciptakan suasana di mana audiens merasa tidak dihakimi. Ketika ia mengatakan *“kita harus bangga diberi kesempatan untuk menjadi pribadi yang meng-share*

⁷³ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul *“Memperbaiki Diri”*, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 21.15 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

banyak kebaikan”⁷⁴, ia menempatkan dirinya sejajar dengan audiens, menunjukkan bahwa ia memahami perjuangan mereka. Sikap ini memperkuat ikatan antara dirinya dengan audiens, membuat pesannya lebih mudah diterima.

3) Meningkatkan Retensi Pesan

Pesan yang disampaikan juga memiliki muatan emosional yang tinggi, yang meningkatkan retensi atau daya ingat audiens terhadap pesan tersebut. Kutipan ayat Al-Qur'an dan frasa seperti *“kita tidak tahu Fadlullah datangny dari mana”*⁷⁵ memicu refleksi mendalam. Muatan emosional ini membuat pesan terasa relevan dan terus teringat, karena tidak hanya menyentuh pikiran tetapi juga hati.

4) Komplemen pada Logos dan Ethos

Pathos dalam pesan ini juga bekerja bersama ethos dan logos untuk memberikan efek yang lebih besar. Empati yang ia tunjukkan memperkuat ethos-nya sebagai pendakwah yang rendah hati dan relatable. *“Mungkin Allah ridho karena salah satu videonya menjadi sebab seseorang itu hijrah berubah menjadi lebih baik dan kita mendapatkan pahala yang besar”*.⁷⁶Selain itu, penguatan emosional ini membantu audiens lebih mudah menerima argumen logis yang ia sampaikan, seperti manfaat dari menyebarkan kebaikan melalui konten dakwah.

5) Menyentuh Isu Sosial

Pada transkrip Akang Anom mengatakan bahwa *“Kalau kalian gak bisa jadi konten kreator dakwah, jadilah orang yang share video-video dakwah atau menyimpan video-video dakwah. Karena kita gak tahu Fadlullah datangny dari mana, mungkin*

⁷⁴ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul *“Memperbaiki Diri”*, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 21.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁷⁵ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul *“Memperbaiki Diri”*, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 21.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁷⁶ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul *“Memperbaiki Diri”*, diakses pada 25 November, 2024, Pukul 22.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

Allah ridho karena salah satu videonya ternyata Menjadi sebab seseorang itu Hijrah berubah jauh lebih baik lagi".⁷⁷ Akang Anom menyinggung fenomena sosial di mana sebagian orang memamerkan dosa di media sosial. Ia menantang audiens untuk memilih menyebarkan kebaikan sebagai gantinya, relevan dengan kondisi masyarakat modern.

c. Analisis Logos

Logos adalah elemen retorika yang berfokus pada penggunaan alasan, bukti, dan logika untuk mendukung pesan. Dalam transkrip ini, Akang Anom membangun logos yang kuat dengan menyampaikan argumen yang logis, didukung oleh dalil agama dan fenomena nyata.

Pesan ini dimulai dengan alasan logis yang jelas, setiap orang memiliki kesempatan untuk memperbaiki diri, karena rahmat Allah tidak pernah tertutup. Ayat "*la taqnatu min rahmatillah*"⁷⁸ menjadi dasar argumen ini, menunjukkan bahwa perubahan ke arah yang lebih baik adalah sesuatu yang sangat mungkin dan didukung oleh ajaran agama. Kutipan ayat ini memberikan otoritas pada pesan yang ia sampaikan, karena berbasis pada teks suci.

Ia juga menyampaikan argumen logis tentang manfaat dakwah digital. Dengan mengatakan bahwa menyebarkan konten dakwah, bahkan hanya dengan membagikannya, bisa menjadi sebab pahala yang terus mengalir, ia menunjukkan bahwa setiap tindakan kecil memiliki dampak besar. Ini sejalan dengan konsep Islam tentang *amal jariyah*, di mana kebaikan yang dilakukan seseorang dapat terus memberikan manfaat bahkan setelah ia

⁷⁷ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul "*Memperbaiki Diri*", diakses pada 25 November, 2024, Pukul 23.35 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁷⁸ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul "*Memperbaiki Diri*", diakses pada 26 November, 2024, Pukul 19.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

tiada. Argumen ini tidak hanya logis tetapi juga relevan bagi audiens muda yang aktif di media sosial.⁷⁹

Contoh nyata yang ia sampaikan, seperti kemungkinan sebuah video dakwah menjadi sebab seseorang hijrah, memperkuat argumen ini. Audiens dapat melihat bahwa dampak dakwah tidak selalu langsung terlihat, tetapi bisa sangat signifikan. Dengan memberikan contoh konkret, Akang Anom membuat pesan ini lebih meyakinkan dan dapat diterima secara rasional.

Logos juga mendukung ethos dan pathos dalam pesan ini. Penggunaan alasan yang logis memperkuat kredibilitas Akang Anom sebagai pembicara yang berbicara berdasarkan ilmu, bukan sekadar emosi. Di sisi lain, argumen logis ini menjadi lebih efektif karena didukung oleh empati dan koneksi emosional yang telah terbangun melalui pathos.⁸⁰

Transkrip ini menunjukkan penggunaan ethos, pathos, dan logos yang saling melengkapi. Ethos dibangun melalui kredibilitas keilmuan, kejujuran, dan koneksi emosional Akang Anom dengan audiens. Pathos digunakan untuk menggerakkan emosi audiens, memberikan harapan, dan menyentuh isu sosial yang relevan. Sementara itu, logos memperkuat pesan dengan argumen logis yang didukung dalil agama dan contoh nyata. Kombinasi ketiga elemen ini membuat pesan yang disampaikan menjadi sangat efektif, menginspirasi, dan mudah diterima oleh audiens.

2. Analisis Ethos, Pathos dan Logos Pada Video Berjudul Memakan Daging Babi Secara Tidak Sengaja

a. Analisis Ethos

⁷⁹ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memakan Daging Secara Tidak di Sengaja*”, diakses pada 26 November, 2024, Pukul 20.10 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁸⁰ Relly Anjar Wisnu S, *Retorika Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2024), hal.29

Ethos berperan penting dalam membangun kredibilitas Akang Anom sebagai pembicara, di mana audiens menilai apakah ia layak dipercaya. Dalam transkrip ini, ethos terlihat melalui kredibilitas keilmuan, integritas moral, dan koneksi emosional yang ia bangun dengan audiens.

1) Kredibilitas

Akang Anom memiliki latar belakang pendidikan agama yang kuat, yakni lulusan pondok pesantren selama 12 tahun. Ini memberikan landasan yang kokoh untuk berbicara tentang hukum fikih, terutama terkait babi dan anjing. Dalam penjelasannya, ia merujuk pada kitab klasik seperti *Kasifatus Sajah*, sebagaimana pernyataan, “*dalam fikih, dalam kitab kasifatus saja ini dibahas, kalau tangan kita kering bulunya juga kering, kita pegang itu tidak menjadikan tangan kita Najis*”.⁸¹ Yang memperkuat argumen bahwa ia berbicara berdasarkan sumber yang otoritatif. Kredibilitas ini semakin terlihat dari pengetahuan rinci tentang pensucian najis mughaladah menggunakan tanah (*turab*), yang merupakan aturan fikih yang sangat spesifik.

2) Integritas Moral

Akang Anom menunjukkan kejujuran dan keterbukaan dalam penyampaian materinya. Ia tidak hanya membahas hukum secara normatif tetapi juga memberikan contoh-contoh praktis, seperti kasus menyentuh bulu anjing yang kering atau keadaan darurat yang memperbolehkan konsumsi daging babi dan anjing. Pada pernyataan, “*ada orang didalam hutan, keluar jauh, makanannya habis, hanya ada daging B2, kalau tidak makan akan mati, maka daging tersebut boleh dikonsumsi*”

⁸¹ Dokumentasi Pada Video Profil Tiktok Akang Anom, “diakses pada 25 November, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZS62wwA7o/>

secukupnya saja karena dalam keadaan liddoruroti".⁸² Kejujuran ini mencerminkan nilai-nilai etika yang ia anut, yaitu menyampaikan hukum agama tanpa menyembunyikan detail atau membuatnya terlihat terlalu kaku. Ia juga mengakui bahwa hukum Islam memiliki kemurahan (*ruksoh*) dalam kondisi tertentu, yang menunjukkan sikap adil dan penuh empati.

3) Koneksi Emosional

Akang Anom menggunakan gaya bahasa yang santai dan relatable, seperti bercanda tentang "plat B, plat F, plat D" dan mengaitkan topik serius dengan humor. Pada pernyataan, "*Buat temen-temen disclaimer daging B2 itu daging babi, daging B1 daging anjing, kalau plat B plat Jakarta, plat F Bogor*".⁸³ Ini menciptakan suasana yang tidak terlalu formal, sehingga audiens merasa nyaman dan terhubung. Dengan menyebutkan pengalaman masyarakat yang memelihara anjing untuk berburu, ia menunjukkan pemahaman terhadap realitas sosial, memperkuat hubungan emosional dengan audiens dari latar belakang yang berbeda.

b. Analisis Pathos

1) Menggerakkan Audiens

Akang Anom menekankan pentingnya menjaga kesucian diri dari najis berat seperti anjing dan babi. Kalimat seperti "*baju yang terkena najis tidak diperbolehkan digunakan untuk ibadah*"⁸⁴ memberikan kesan mendalam akan pentingnya kebersihan dalam Islam. Ia juga memotivasi audiens dengan

⁸² Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul "Memakan Daging Tidak di Sengaja", diakses pada 28 November, 2024, Pukul 19.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁸³ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul "Memakan Daging Tidak di Sengaja", diakses pada 28 November, 2024, Pukul 19.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁸⁴ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul "Memakan Daging Tidak di Sengaja", diakses pada 28 November, 2024, Pukul 19.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

menunjukkan kemurahan Islam, seperti pengecualian dalam kondisi darurat. Hal ini memberikan rasa tenang bahwa Islam bukan agama yang memberatkan, tetapi memberikan solusi yang rasional.

2) Membangun Koneksi

Dengan menggunakan humor ringan seperti “*Rasanya B2 itu kriuk-kriuk gak?*”⁸⁵ dan menyebut anjing Angora dengan cara yang menarik, ia membangun ikatan dengan audiens yang mungkin baru mengenal fikih. Humor ini tidak hanya menghibur tetapi juga membuat pesan lebih mudah diterima. Pembahasan tentang masyarakat yang memelihara anjing untuk berburu di daerah tertentu juga menunjukkan empati terhadap situasi nyata, membangun kepercayaan dan koneksi emosional.

3) Meningkatkan Retensi Pesan

Penyampaian dengan muatan emosional, seperti kisah tentang hukum Islam sebagai bentuk ujian dan peringatan tentang karakter buruk yang diasosiasikan dengan babi, membuat pesan lebih mudah diingat. Kombinasi antara humor, contoh praktis, dan kisah historis memberikan dampak yang mendalam sehingga audiens lebih mungkin mengingat pesan yang disampaikan.

4) Komplemen Pada Logos dan Ethos

Pathos dalam transkrip ini bekerja bersama ethos dan logos untuk memberikan pengaruh yang lebih besar. Empati yang ia tunjukkan memperkuat ethos-nya sebagai pembicara yang memahami kebutuhan audiens, sementara muatan emosionalnya membantu audiens menerima argumen logis yang ia paparkan.

⁸⁵ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memakan Daging Tidak di Sengaja*”, diakses pada 28 November, 2024, Pukul 20.15 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

5) Menyentuh Isu Sosial

Akang Anom juga menyentuh isu sosial seperti tren perilaku masyarakat yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam, termasuk konsumsi babi di masa lalu. Pada kalimat, ” *Perkara anjing dan babi inidiharamkan oleh Allah, sebagai bentuk ujianumat muslim* ”.⁸⁶ Ini meningkatkan kesadaran audiens tentang pentingnya mematuhi aturan agama untuk menjaga diri dari dampak buruk, baik secara fisik maupun spiritual.

c. Analisis Logos

Logos dalam transkrip ini berfokus pada penyampaian hukum Islam dengan alasan dan bukti yang jelas. Akang Anom memberikan penjelasan yang logis dan sistematis, sehingga audiens dapat memahami dan menerima pesan dengan baik. Argumen Logis tentang pensucian najis penjelasan tentang cara menyucikan najis mughaladah menggunakan tanah (*turab*) didasarkan pada hukum fikih yang valid. Ia menjelaskan dengan detail, termasuk langkah-langkah praktis seperti mencampur tanah dengan air, sehingga audiens dapat langsung menerapkannya. Argumen ini diperkuat dengan rujukan pada kitab klasik, menunjukkan bahwa ia berbicara berdasarkan ilmu, bukan opini pribadi.⁸⁷

1) Logika dalam Keadaan Darurat

Akang Anom menjelaskan bahwa dalam keadaan darurat (*liddorurot*), pada kalimat “*Dalam keadaan liddoruroti maka ada udzur untuk diperbolehkan*”.⁸⁸ Seperti tersesat di hutan tanpa makanan, hukum Islam memperbolehkan konsumsi

⁸⁶ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memakan Daging Tidak di Sengaja*”, diakses pada 28 November, 2024, Pukul 20.55 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁸⁷ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memakan Daging Secara Tidak di Sengaja*”, diakses pada 28 November, 2024, Pukul 20.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁸⁸ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Memakan Daging Secara Tidak di Sengaja*”, diakses pada 28 November, 2024, Pukul 21.15 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

daging babi atau anjing. Namun, ia juga memberikan batasan yang jelas, yakni hanya makan secukupnya untuk bertahan hidup, tidak untuk kenyang. Penjelasan ini logis dan mencerminkan fleksibilitas Islam dalam situasi sulit.

2) Penggunaan Bukti dan Contoh

Beliau menggunakan contoh konkret, seperti masyarakat yang memelihara anjing untuk berburu, pada kalimat, “*di daerah gunung Cikurai ada masyarakat yang dia memelihara Anjing untuk berburu dan itu diperbolehkan asal kandangnya jauh dari pemukiman*”.⁸⁹ untuk menunjukkan bahwa hukum Islam memiliki ruang toleransi dalam kondisi tertentu. Contoh ini membantu audiens memahami bahwa ajaran Islam tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga relevan dengan kehidupan sehari-hari.

3) Keseimbangan dengan Ethos dan Pathos

Argumen logis yang disampaikan mendukung kredibilitasnya sebagai pembicara yang berbicara berdasarkan ilmu (ethos) dan memperkuat emosi audiens (pathos) dengan memberikan kepastian bahwa Islam memiliki solusi untuk berbagai situasi. Hal ini menciptakan pesan yang tidak hanya masuk akal tetapi juga menyentuh hati.

Transkrip ini memanfaatkan ethos, pathos, dan logos secara harmonis. Ethos terlihat dari kredibilitas keilmuan dan integritas moral Akang Anom, yang membuat audiens mempercayai pesan yang ia sampaikan. Pathos digunakan untuk menggerakkan emosi audiens, membangun koneksi, dan meningkatkan daya ingat terhadap pesan. Logos memberikan argumen yang logis, didukung oleh dalil agama dan contoh nyata, sehingga pesan menjadi mudah dipahami dan relevan.

⁸⁹ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Kontroversi Abah Gufron*”, diakses pada 28 November, 2024, Pukul 21.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

Kombinasi ketiga elemen ini membuat penyampaian pesan menjadi efektif, menarik, dan berkesan⁹⁰.

3. Analisis Ethos, Pathos, Logos Ustadz Akang Anom Pada Video Kontroversi Abah Gufron

a. Analisis Ethos

Ethos mengacu pada kredibilitas, kejujuran, dan integritas pembicara dalam menyampaikan argumen. Dalam transkrip ini, ethos Akang Anom muncul dari beberapa aspek berikut;

1) Kredibilitas

Akang Anom adalah lulusan pondok pesantren selama 12 tahun, yang memberikan dasar keilmuan agama yang kuat. Meskipun transkrip ini tidak secara eksplisit merujuk latar belakang tersebut, keilmuan itu tercermin dalam caranya mengkritisi pernyataan Abah Gufron dengan bahasa yang menunjukkan pemahaman mendalam terhadap ajaran Islam. Pada kalimat *“Terlepas dari yang dia katakan itu Bahasa kinayah atau majazi, gue gak peduli yang pasti kalau itu diucapkan dihadapan umum dan didengar oleh orang awam seperti gue, ini bahaya”*.⁹¹ Ia mampu membedakan mana yang sesuai dengan syariat dan mana yang tidak, beliau juga bersikap tawadhu dengan ucapannya seolah-olah beliau masih belum cukup ilmu.

2) Integritas Moral

Akang Anom menunjukkan kejujuran dan etika dalam kritiknya. Ia tidak menyerang pribadi Abah Gufron secara langsung tetapi fokus pada pernyataan dan perilaku yang dianggap "di luar nurul" (tidak sesuai norma). Ia juga

⁹⁰ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul *“Kontroversi Abah Gufron”*, diakses pada 26 November, 2024, Pukul 19.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁹¹ Dokumentasi Pada Video Profil Tiktok Akang Anom, “diakses pada 25 November, 2024, <https://vm.tiktok.com/ZS62wwA7o/>

mendoakan agar Abah Gufron diberikan taufik oleh Allah untuk kembali ke jalan yang benar, pada kalimat “*Mudah-mudahan beliau senantiasa dalam keadaan sehat yang taat diberi taufik oleh Allah*”.⁹² Yang mencerminkan sikap bijak dan beradab dalam menyampaikan kritik. Sikap ini memperlihatkan nilai-nilai moral yang tinggi, yakni berpegang pada kebenaran tanpa menciptakan konflik yang tidak perlu.

3) Koneksi Emosional

Gaya bicara Akang Anom yang santai dan humoris menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Contohnya adalah saat ia bercanda tentang penjaga gawang neraka yang memiliki posisi seperti striker atau bek. Pada kalimat, “Dia sempat mengatakan diri sebagai penjaga gawang neraka. Men, penjaga neraka berarti ada bek, ada striker, ada back Tengah bisa dipensiunkan”.⁹³ Humor ini membuat kritiknya lebih mudah diterima oleh audiens awam. Ia juga menunjukkan empati terhadap audiens awam, dengan menyebutkan bahwa klaim-klaim Abah Gufron berbahaya jika didengar oleh mereka yang tidak memiliki dasar keilmuan agama.

b. Analisis Pathos

Pathos dalam transkrip ini digunakan untuk menyentuh emosi audiens, menggerakkan mereka untuk memikirkan isu yang disampaikan, dan memperkuat ingatan mereka terhadap pesan tersebut.

1) Menggerakkan Audiens

⁹² Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Kontroversi Abah Gufron*”, diakses pada 29 November, 2024, Pukul 16.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁹³ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Kontroversi Abah Gufron*”, diakses pada 29 November, 2024, Pukul 18.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

Akang Anom menggunakan nada humor untuk menyampaikan kritik yang serius. Contohnya, saat ia menyindir klaim Abah Gufron tentang berteman dengan malaikat penurun hujan, ia menyebutkan bahwa hal tersebut tidak masuk akal dan berpotensi menyesatkan. Pada kalimat, “*Bahaya nih ya, dia juga sempat bilang berteman baik dengan malaikat penurun hujan, wah ini gak masuk akal*”.⁹⁴ Dengan cara ini, ia mengajak audiens untuk lebih kritis terhadap klaim-klaim serupa yang mungkin mereka temui.

2) Membangun Koneksi

Penggunaan humor dan bahasa sehari-hari membantu Akang Anom membangun ikatan emosional dengan audiens. Contohnya, ia menyebutkan bahwa klaim Abah Gufron tentang bahasa Suryani sebenarnya adalah bahasa Arab, dengan memberikan contoh lucu seperti “*inna maqalu inna*”.⁹⁵ Pendekatan ini membuat audiens merasa bahwa Akang Anom adalah bagian dari mereka, bukan seseorang yang berbicara dari posisi otoritas yang jauh.

3) Meningkatkan Retensi Pesan

Humor dan analogi yang digunakan Akang Anom, seperti “*penjaga gawang neraka*”,⁹⁶ membuat pesan lebih mudah diingat. Audiens tidak hanya akan mengingat kritik terhadap Abah Gufron tetapi juga pesan penting tentang bahaya menyebarkan informasi yang tidak benar di media sosial.

⁹⁴ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Kontroversi Abah Gufron*”, diakses pada 29 November, 2024, Pukul 18.40 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁹⁵ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Kontroversi Abah Gufron*”, diakses pada 29 November, 2024, Pukul 19.15 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

⁹⁶ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul “*Kontroversi Abah Gufron*”, diakses pada 29 November, 2024, Pukul 19.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

4) Komplemen Pada Logos dan Ethos

Pathos dalam transkrip ini tidak berdiri sendiri tetapi mendukung ethos dan logos. Humor yang digunakan tidak mengurangi kredibilitas Akang Anom, sementara emosinya membantu memperjelas logika argumen yang ia sampaikan.

5) Menyentuh Isu Sosial

Akang Anom juga menyoroti isu penting tentang penyebaran informasi yang tidak pantas di media sosial. Dengan menyebutkan bahwa klaim Abah Gufron tidak seharusnya diviralkan, ia meningkatkan kesadaran audiens tentang pentingnya bijak dalam menggunakan media sosial untuk mencegah penyebaran informasi yang dapat menyesatkan.

c. Analisis Logos

Logos dalam transkrip ini mengacu pada penggunaan alasan dan bukti untuk mendukung argumen Akang Anom. Ia memberikan kritik yang logis dan terstruktur terhadap klaim-klaim Abah Gufron.

Akang Anom menunjukkan absurditas klaim tentang "*penjaga gawang neraka*"⁹⁷ dengan menyebut bahwa istilah tersebut tidak relevan dalam konteks syariat. Ia menggunakan humor untuk menguatkan logika bahwa klaim ini tidak dapat diterima secara keilmuan dan berpotensi menyesatkan audiens awam. Hal ini menekankan bahwa pernyataan agama harus memiliki dasar yang jelas, tidak hanya sebagai bentuk kiasan atau bahasa metaforis yang dapat disalahpahami.

Klaim tentang berteman dengan malaikat juga dipaparkan sebagai sesuatu yang berbahaya karena dapat mengarah pada pengakuan sebagai nabi. Akang Anom secara logis menunjukkan bahwa dalam Islam, tidak ada konsep berteman dengan malaikat,

⁹⁷ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul "*Kontroversi Abah Gufron*", diakses pada 29 November, 2024, Pukul 20.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

melainkan menjalankan kehidupan sesuai syariat yang diawasi oleh para malaikat pencatat amal.

Dalam menanggapi klaim Abah Gufron tentang bahasa Suryani, Akang Anom memberikan contoh konkret dengan menyebutkan kalimat yang sebenarnya adalah bahasa Arab. Hal ini membuktikan secara logis bahwa klaim tersebut salah, karena tidak ada unsur bahasa Suryani di dalamnya. Bukti ini memperkuat argumen bahwa klaim tersebut tidak berdasarkan fakta.

Saat membahas pencetus Hari Santri, ia mengoreksi klaim yang tidak benar dengan merujuk pada fakta sejarah bahwa Hari Santri ditetapkan sebagai penghormatan kepada Hadratus Syekh KH Hasyim Asy'ari. Pada kalimat, *"Dia juga sempat bilang bahwa pencetus hari santri 22 Oktober, padahal kita sama-sama tahu pencetus hari santri bukan mama gufron, tapi Hadratusyaikh KH. Hasyim Asyari."*⁹⁸ Dengan demikian, Akang Anom menekankan pentingnya berbicara berdasarkan bukti yang valid untuk menghindari kesalahan informasi.

Transkrip video ini menunjukkan bagaimana Akang Anom secara efektif memanfaatkan ethos, pathos, dan logos untuk menyampaikan kritik terhadap Abah Gufron dengan cara yang cerdas dan terstruktur. Kredibilitasnya sebagai lulusan pesantren dengan pemahaman mendalam tentang agama (ethos) membuat kritiknya memiliki bobot. Ia juga menyampaikan kritik dengan pendekatan emosional melalui humor, empati, dan kesadaran sosial (pathos), sehingga audiens merasa terhubung dan memahami pentingnya pesan tersebut.

Akang Anom secara konsisten memanfaatkan kombinasi ethos, pathos, dan logos dalam menyampaikan pesan-pesan

⁹⁸ Dokumentasi Transkrip Teks Video Tiktok Akang Anom Judul *"Kontroversi Abah Gufron"*, diakses pada 29 November, 2024, Pukul 22.30 WIB, <https://vm.tiktok.com/ZS6M7u5Sx/>

dakwahnya. Melalui kredibilitasnya sebagai lulusan pesantren yang memahami ilmu agama secara mendalam, ia membangun kepercayaan audiens dan menunjukkan integritas moral yang kuat. Empati dan hubungan emosional yang ia ciptakan dengan audiens memperkuat pesan-pesannya, membuatnya relevan dan mudah diterima, baik ketika membahas pentingnya memperbaiki diri, memberikan edukasi fikih, maupun mengkritik klaim kontroversial dengan cara yang penuh hikmah.

Pendekatan logis juga terlihat jelas dalam penjelasan-penjelasan-penjasannya, di mana ia menyusun argumen yang berdasarkan fakta, dalil, dan logika yang mudah dipahami. Dalam membahas fikih terkait najis berat, misalnya, ia memberikan uraian yang sistematis tentang pensucian dan konteks syariat dalam situasi darurat. Sementara itu, ketika mengkritik klaim yang menyimpang, ia menggunakan humor dan logika untuk menjelaskan mengapa pernyataan tersebut perlu ditinjau ulang, sambil tetap menjaga etika dan menghormati pihak yang dibahas.

Keseluruhan pendekatan ini mencerminkan gaya dakwah Akang Anom yang inklusif, berwawasan, dan bertanggung jawab. Ia berhasil menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang tidak hanya berbobot secara intelektual, tetapi juga menyentuh hati dan relevan dengan kebutuhan audiens masa kini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada retorika dakwah Ustadz Akang Anom pada akun TikTok Akanganom313 menggunakan retorika Aristoteles, dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Akang Anom di TikTok mengandung tiga elemen utama retorik, yaitu Ethos (Kredibilitas), Pathos (Emosi), dan Logos (Logika dan Argumen).

Dalam hal Ethos, Ustadz Akang Anom membangun kredibilitasnya melalui gaya komunikasi yang santai dan akrab, menjawab pertanyaan netizen dengan penuh perhatian dan kesan percaya diri. Hal ini menciptakan kedekatan dengan audiens dan membangun kepercayaan terhadap dirinya sebagai pendakwah yang dapat dipercaya. Untuk Pathos, Ustadz Akang Anom mampu menyentuh perasaan audiens melalui penyampaian pesan yang relatable dan emosional, dengan menggunakan humor dan gaya berbicara yang tidak kaku, sehingga audiens merasa lebih terhubung secara personal dengan pesan yang disampaikan. Sedangkan dalam aspek Logos, Ustadz Akang Anom menyampaikan argumen yang jelas dan logis, berdasarkan sumber-sumber agama yang sah, seperti ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits, yang memberikan penjelasan yang rasional kepada audiens, memperkuat keyakinan mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Dengan demikian, retorika dakwah Ustadz Akang Anom di TikTok mengintegrasikan ketiga elemen retorik ini secara efektif, membangun kedekatan emosional, meningkatkan kredibilitas, dan memperkuat pesan dakwah melalui argumen yang logis dan dapat diterima oleh audiens muda

B. Saran

1. Bagi Akun Tiktok Akanganom313

Untuk meningkatkan kualitas retorika dakwah Ustadz Akang Anom pada akun TikTok @akanganom313, beliau dapat memperluas

variasi topik dengan membahas isu-isu yang relevan, seperti etika dalam bermedia sosial atau cara mengelola emosi berdasarkan nilai-nilai Islam. Selain itu, menjalin interaksi yang lebih intens dengan audiens melalui sesi tanya jawab langsung atau merespons komentar dapat mempererat hubungan dengan pengikut. Penggunaan elemen visual yang inovatif, seperti infografis atau animasi sederhana, juga dapat mempermudah audiens memahami topik yang kompleks. Berkolaborasi dengan kreator lain yang memiliki misi serupa dapat memperluas jangkauan dakwah secara signifikan

2. Bagi Para Penonton

Penonton diharapkan tidak hanya menikmati konten sebagai hiburan, tetapi juga menjadikannya sebagai sarana pembelajaran dan refleksi. Memberikan masukan positif atau bertanya di kolom komentar akan membantu Akang Anom menciptakan konten yang lebih relevan. Pesan-pesan yang disampaikan sebaiknya dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari sebagai bentuk tanggung jawab dalam mengamalkan ilmu agama.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian berikutnya dapat mengembangkan analisis dengan membandingkan metode dakwah Akang Anom dengan pendakwah muda lainnya di berbagai platform digital. Peneliti juga dapat mengeksplorasi dampak dakwah digital terhadap perubahan pola pikir atau perilaku audiens. Penelitian berbasis wawancara atau survei terhadap audiens Akang Anom akan memberikan perspektif yang lebih mendalam mengenai efektivitas pesan dakwah yang disampaikan. Kajian ini dapat memperkaya pemahaman tentang dakwah digital di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Abdullah, 'Retorika Dan Dakwah Islam', *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10.1 (2019), pp. 107–17
- Abdurrahman Fatoni, Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm.104
- Astrid Novia Pahlupy, 'Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Youtube' (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019)
- Astuti, Meri, Atjep Muhlis, and Asep Shodiqin. "Retorika Dakwah Ustadz Haikal Hassan." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5.1 (2020): 77-91
- Basabasi, *Retorika Seni Berbicara Aristoteles* (Yogyakarta: Basabasi, 2024) hal. 20-22
- Bastomi, Hasan, 'Dakwah Bi Al-Hikmah Sebagai Pola Pengembangan Sosial Keagamaan Masyarakat', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36.2 (2017)
- Dewi, Ni Putu Sinta. "Hubungan Retorika Dan Public Speaking Oleh Ni Putu Sinta Dewi." *Retorika dalam Public Speaking* (2024) hal.43.
- Fitriani, Yuni, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital', *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5.4 (2021), pp. 1006–13
- Hamdani, Muslem, 'Strategi Da'wah Penyuluh Agama Dalam Pembinaan Masyarakat: (Studi Analisis Strategi Penyuluh Agama Di Kemenag Kab. Bireuen)', *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 7.1 (2020), pp. 1–17
- Husna, Nihayatul, 'Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Selasar Kpi : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1.1 (2021)
- Husniyah, Himmatul. "Pengaruh Kegiatan Retorika Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Fikih Siswa Kelas Vii Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 25 Brondong Lamongan Tahun Pelajaran 2021/2022." *Jurnal Pendidikan Islam* 9.2 (2023): 37-49.
- Ikhsan, Muhamad, 'Keahlian Retorika Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Universitas Mathla'ul Anwar Banten A R T I C L E I N F O A B S T R A C T', *Jurnal Artikula*, 6.1 (2023)
- Khusnul Fatimah, Angga Febriyatko, Hasan Busri, Moh Badrih, 'Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik', *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa Dan Sastra*, 9.2 (2023), pp. 16–23

- Kustiawan, Winda, Erwan Efendi, and Wahyudi Wahyudi, 'Retorika Sebagai Budaya Seni Bertutur Kata Dalam Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9.5 (2023), pp. 546–52
- Mita Mar'atul Fauziah, Hindun, Falasifa, and Hanna Maulida Syifa, 'Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Video Youtube "Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?": Kajian Retorika Aristoteles', *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4.5 (2024), pp. 1896–1906
- M.S Udin, 'Retorika dan Narasi Dakwah bagi Pemula', Mataram, Sanabil Creative, 2019, 20.
- Muhamad Ikhsan, 'Keahlian Retorika Pada Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Universitas Mathla'ul Anwar Banten', *Jurnal Artikula*, 6.1 (2023)
- Muhammad, Zaky Sya'bani, Qois Azizah, Bin Haz, Darul Stit, Bandar Fattah, and others, *Relevansi Bahasa Arab Dalam Dakwah: Refleksi Atas Kedudukan Bahasa Arab Sebagai Bahasa Al-Quran (Tinjauan Literatur)*, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2023, 07
- Muslimin Ritonga, 'Komunikasi Dakwah Zaman Milenial', *Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)*, 3.1 (2019), pp. 60–77
- Nana Sudjana, *Penelitian dan Penilaian* (Bandung: Sinar Baru, 2019), hlm.84
- Nindya Ferrtikasari, *Seni Berbicara Retorika Aristoteles*, Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2023, 10-12.
- Nur Haidah, Siti, Siti Nurhikmah, Abdul Sukroni, Siti Aisyah, Roslina Samad, Metode Dakwah Islam Sebagai Objek Islam Historis, and others, 'Metode Dakwah Islam Sebagai Objek Islam Historis', 4.1, pp. 36–44
- 'OSF Preprints _ Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadits'
- Persyaratan Memperoleh Gelar, Memenuhi, Sarjana Sosial, and S Sos, *Retorika Dakwah Habib Ja'far Pada Media Sosial Instagram (Studi Tentang Video Reel 17 Februari Dan 7 Maret 2023) Skripsi Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Untuk*
- Pratiwi, Sekar Harum, Zulmuqim Zulmuqim, Muhammad Zalnur, Lisa Candra Sari, Tiffani Tiffani, and Nurhasnah Nurhasnah, 'Filsafat Pendidikan Islam: Telaah Mengenai Makna Pendidikan (Tarbiyah, Ta'lim, Ta'dib, Tadris, Da'wah, Irsyad, Tadbiir, Tazkiyah, Uswah)', *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7.2 (2024), pp. 2116–24
- Rahman, Regi Raisa, Atjep Muhlis, and Acep Aripudin, 'Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi Di Video Youtube', *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4.1 (2020), pp. 45–64

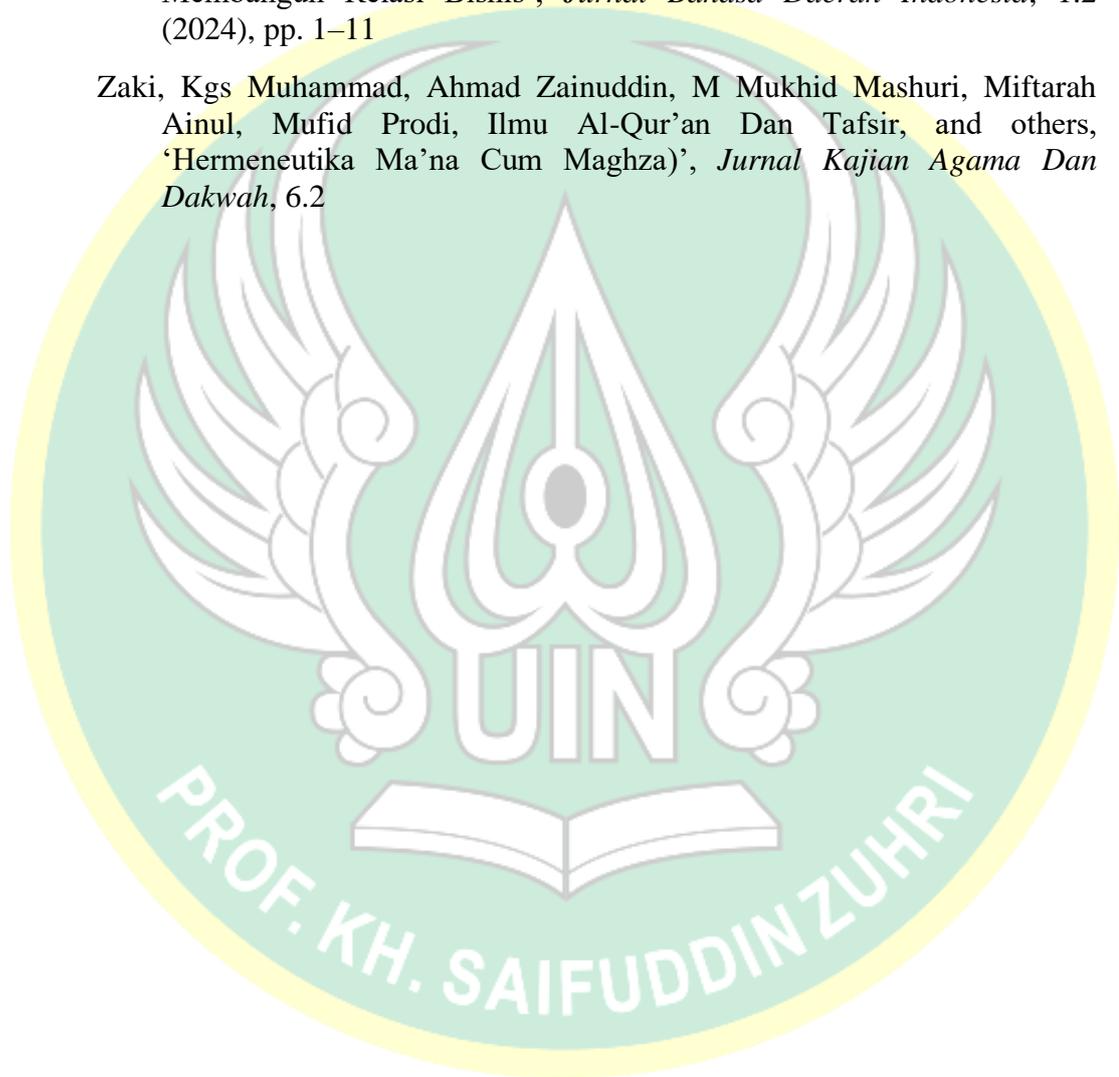
- Rahmawati, A. (2020). "Kredibilitas Pembicara dalam Komunikasi Persuasif." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(3), 55-70.
- Relly Anjar Wisnu S, *Retorika Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2024), hal.1-184
- Retorika Dakwah Tokoh Fatimah Dalam Film Merindu Cahaya De Amstel*
- Sekar Harum Pratiwi and others, 'Filsafat Pendidikan Islam: Telaah Mengenai Makna Pendidikan (Tarbiyah, Ta'lim, Ta'dib, Tadris, Da'wah, Irsyad, Tadbiir, Tazkiyah, Uswah)', *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7.2 (2024), pp. 2116–24.
- Situmorang, Jonar T H, *Filsafat Ilmu Suatu Analisis Berpikir Benar Dan Logis* (Penerbit Andi, 2023)
- Straus, Anselm, and Juliet Corbin, 'Dsar-Dasar Penelitian Kualitatif; Tata Langkah Dan Teknik-Teknik Teoritisasi Data', 2021
- Sulistia, Dirga Ayu, and Irma Yusriani Simamora, 'Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Kpi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019', *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4.3 (2023), pp. 1189–1200,
- Sulistyarini, Dhanik, and Anna Gustina Zainal, 'Buku Ajar: Retorika', 2020
- Suri, Sufian, 'Tafsir Dakwah QS An-Nahl Ayat 125 Dan Relevansinya Dengan Masyarakat', *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 12.2 (2022), pp. 55–73
- Suswita, Pira, Darul Ilmi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Usuluddin Adab dan Dakwah, Uin M Sjech Djamil Djambek Bukittinggi, and Sumatra Barat, *Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny Pada Channel Youtube Handy Bonny*, *Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 2023, IV
- Syah Ahmad Qudus Dalimunthe, 'Terminologi Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), pp. 1415–20
- Triyanti, M D, E L K Merah, G P Gratia, T Paringa, and C H Primasari, *Fenomena Racun TikTok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa Di Masa Pandemi COVID-19*, 2022, II
- Vira Eka Savitri, 'Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Channel Youtube Shift Media' (Uin Syarif Hidayatullah, 2022)
- Wayne Morrison, L. L. B. *Yurisprudensi: Liberalisme dan Gagasan Masyarakat yang Adil pada Akhir Modernitas*. Nusamedia, 2021

Winda Kustiawan, Erwan Efendi, and Wahyudi Wahyudi, 'Retorika Sebagai Budaya Seni Bertutur Kata Dalam Masyarakat', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9.5 (2023), pp. 546–52.

Wulan, Eka Putri Saptari, et al. *Retorika dan Dialektika Komunikasi Publik*. CV. Gita Lentera, 2024, Hal 26-28

Zaka, Naufal PG, Vidi M Julius, Harfi N Ahmad, Rendy AW Aditya, Rio U Bagus, and Dewi Puspa, 'Strategi Penerapan Kalimat Persuasif Dalam Membangun Relasi Bisnis', *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia*, 1.2 (2024), pp. 1–11

Zaki, Kgs Muhammad, Ahmad Zainuddin, M Mukhid Mashuri, Miftarah Ainul, Mufid Prodi, Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir, and others, 'Hermeneutika Ma'na Cum Maghza)', *Jurnal Kajian Agama Dan Dakwah*, 6.2



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Lugi Muhammad Nur Latif
Tempat, Tanggal Lahir : Cilacap, 08 September 2001
Alamat : Desa Ciruyung Dusun Pengasinan RT02/02,
Kecamatan Karangpucung, Kabupaten Cilacap
Nama Ayah : Tasikum
Nama Ibu : Nasini

B. Riwayat Pendidikan

Formal

- SD : SDN Ciruyung 03
- SMP : SMPN 02 Karangpucung
- SMK : SMK Komputama Majenang

Non Formal

- Pondok Pesantren As-Sa'idiyyah Majenang
- Pondok Pesantren Ath-Thohiriyyah Purwokerto

6) Pengalaman Organisasi

- Anggota Media Pondok Pesantren Ath-Thohiriyyah

Purowokerto, 08 Januari 2025

Yang Menyatakan,



Lugi Muhammad Nur Latif
NIM. 2017102157