

**GAYA RETORIKA DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL
TIKTOK**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

Oleh:

**Ayu Nihlatun Ni'aamah
NIM: 18102010011**

Pembimbing:

**Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
NIP: 19680501 199303 1 006**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2022**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1252/Un.02/DD/PP.00.9/08/2022

Tugas Akhir dengan judul : GAYA RETORIKA DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AYU NIHLATUN NI'AAMAH
Nomor Induk Mahasiswa : 18102010011
Telah diujikan pada : Kamis, 21 Juli 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si
SIGNED

Valid ID: 62f7a206037b5



Pengaji I
Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 62ec8fd7ada5a



Pengaji II
Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
SIGNED

Valid ID: 62f88c7b93539



Yogyakarta, 21 Juli 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 62fda2254e6be

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Ayu Nihlatun Ni'aamah

NIM : 18102010011

Judul Skripsi : Retorika Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial TikTok

Sudah dapat diajukan kembali ke Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 7 Juli 2022

Mengetahui:

Ketua Program Studi

Nanang Mizwar Hasyim, S. Sos., M. Si.

NIP. 19840307 201101 1 013

Drs. Mokh. Sahlan, M. Si.

NIP. 19680501 199303 1 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Nihilatun Ni'aamah
NIM : 18102010011
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul: RETORIKA DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penulis siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogayakarta, 7 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ayu Nihilatun Ni'aamah

NIM. 18102010011

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ayu Nihlatun Ni'aamah
NIM : 18102010011
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi (FDK)

Dengan ini saya menyatakan benar-benar berjilbab dengan kesadaran tanpa paksaan. Apabila terjadi hal-hal yang tidak diinginkan maka saya tidak akan menuntut kepada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah Strata Satu saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran ridla Allah SWT.

Yogyakarta, 7 Juli 2022

Yang menyatakan,



Ayu Nihlatun Ni'aamah

NIM. 18102010011

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMPAHAN

Alhamdulillāhirabbil ‘ālamīn

Segala puji bagi Allah atas segala nikmat dan karunianya yang tiada henti, hingga
saya berhasil mencapai titik ini.

Skripsi ini Saya persembahkan untuk diri saya sendiri, Ayu Nihlatun Ni'aamah yang telah berjuang dengan segala waktu, tenaga dan pikiran. Untuk kedua orang tua, Ibu Maulidah dan Almarhum Abah Abdullah Asyiq yang selalu memberi dukungan, semangat dan doa yang tiada henti untuk saya, serta untuk saudara-saudara kandung saya, Kakak perempuan (Irfana Habibatul Ulwiyah), Adik perempuan (Leni Irbatul Athiroh) dan dua Adik laki-laki (M. Lublbul Jawab dan M. Fajar Robihul A'laa) yang juga selalu menemani dan mendukung selama perjalanan penggeraan skripsi ini.

Terima kasih banyak.



MOTTO

“Jika seseorang mencari ilmu, maka itu akan tampak di wajah, tangan dan lidahnya
serta dalam kerendahan hatinya kepada Allah.”

-Hasan al-Bashri-



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan rahmat-Nya kepada kita semua, terutama kepada Penulis. Shalawat dan salam tak lupa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah kelak, aamiin ya robbal ‘aalamin. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Retorika Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial TikTok” dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
4. Dosen Penasehat Akademik, Bapak Dr. H. Ahmad Rifa'i, M.Phil. yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan arahan selama saya menempuh

pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, semoga Bapak selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.

5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Drs. Mokh. Sahlan, M.Si. yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan. Semoga bapak selalu diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
6. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta segenap staff TU yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan pelayanan administrasi dengan baik.
7. Kedua orang tua yakni Almarhum Bapak Abdullah Asyiq dan Ibu Maulidah serta seluruh keluarga atas segala kasih sayang, dukungan, nasehat, dan do'a yang tiada henti diberikan kepada saya. Semoga Almarhum Bapak khusnul khotimah dan diberikan tempat yang terbaik di sisi-Nya, dan Ibu semoga panjang umur, sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Teman-teman KPI angkatan 2018, terima kasih telah menjadi teman yang baik dalam setiap cerita, pengalaman dan pelajaran hidup selama ini.
9. Teman-teman organisasi saya di Suka TV dan PMII Fakultas Dakwah dan Komunikasi, terima kasih atas semua pengalamannya.
10. Teman-teman Pondok Pesantren Ulul Albab, khususnya Dynar Vivian Prastica, Maemunah, Azizatul Fatichatir Rizqiya, Azkiyatul Masruroh dan teman-teman lainnya, terima kasih selalu membantu dan menemani dalam suka maupun duka selama tinggal di Jogja.

11. Teman-teman KKN 105 Gamplong 1, Aji, Ridwan, Suratun, Rahman, Maulana, Hani, Anggi, Wafa, Dian, Amel dan Irnanda, yang selama dua minggu telah tinggal bersama, berbagi cerita, pengalaman dan menjadi keluarga dekat. Terkhusus untuk Hani, Anggi dan Wafa terima kasih atas segala kebaikan, perhatian, cerita, pengalaman, waktu serta tenaga yang telah diberikan kepada saya. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
12. Teman magang saya di Dinas Pariwisata Kabupaten Demak, Yuliana Filmafiroh dari Universitas Diponegoro Semarang, terima kasih karena telah menjadi teman yang baik, rajin, dan sangat memotivasi saya untuk lebih mandiri.
13. Teman sekolah sekaligus sahabat saya, Husnun Niyyah yang selalu memberikan semangat dan motivasi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu per satu.
- Kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan yang berlipat ganda, dimudahkan dalam segala urusan, dan selalu dalam lindungan-Nya dimanapun berada. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, khususnya bagi penulis sendiri. Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan

dalam skripsi ini dan masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya.

Yogyakarta, 7 Juli 2022

Penulis



Ayu Nihlatun Ni'aamah

NIM. 18102010011



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Ayu Nihlatun Ni'aamah, NIM. 18102010011, 2022. Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial TikTok. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dakwah merupakan salah satu kewajiban bagi setiap muslim. Dalam aktivitas dakwah, peran da'i sangat penting terhadap keberhasilan dakwah karena da'i merupakan pelaku utama dalam dakwah yaitu orang yang menyampaikan dakwah kepada mad'u. Maka dari itu penting bagi da'i untuk dapat memahami dan menerapkan konsep retorika dalam berdakwah supaya dakwah dapat tersampaikan dengan baik kepada mad'u. Seiring dengan perkembangan teknologi yang ada, dakwah semakin mudah untuk disampaikan kepada khayalak, salah satunya melalui media sosial seperti TikTok. Husain Basyaiban merupakan seorang da'i muda asal Madura yang cukup populer dan dikenal sebagai salah satu pelopor dakwah di TikTok dengan memiliki lebih dari lima juta pengikut pada akun TikToknya @basyasman00.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menjawab permasalahan tentang bagaimana gaya retorika dakwah Husain Basyaiban yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh yang digunakan dalam video dakwah di akun TikToknya @basyasman00. Untuk mengidentifikasi masalah tersebut peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi, serta menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman.

Hasil dari penelitian gaya retorika dakwah Husain Basyaiban ini menunjukkan adanya penggunaan gaya bahasa tak resmi, gaya bahasa percakapan, gaya bahasa sederhana, gaya bahasa mulia dan bertenaga, gaya bahasa menengah, klimaks, dan repetisi. Gaya suaranya menggunakan nada, jeda, *loudness*, *rate* dan irama yang bervariasi. Gaya gerak tubuhnya terdiri dari sikap badan, penampilan dan pakaian, ekspresi dan gerakan tangan, serta pandangan mata. Ketiga gaya retorika yang terdiri dari gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh yang digunakan oleh Husain Basyaiban bertujuan untuk menarik minat para pengguna TikTok khususnya kaum muda supaya dapat memanfaatkan media sosial untuk hal-hal positif seperti belajar ilmu agama.

Kata Kunci: Retorika Dakwah, Husain Basyaiban, TikTok

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi dari keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI no. 158 tahun 1987 dan no. 0543 b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	Ş	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ț	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘_	Koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Kq
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab dilambangkan berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
ُ	Fathah	A
ُ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U

Contoh:

كَتَبَ – kataba سُئِلَ – su'ila

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيْ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
أُوْ	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ – kaifa

هَوْلَ – haula

3. Maddah

maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَيِـ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ـِيـ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
ـُوـ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ – māta

رَمَى – ramā

قِيلَ – qīla

يَمُؤْتُ – yamūtu

4. Ta' Marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua, yaitu: ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

الْمَدِينَةُ الْفَضِيلَةُ - رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (-), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا – rabbanā

نَجَيْنَا – najjainā

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf “الـ”.

Namun, dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Contoh: الرَّجُلُ – ar-rajul

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلْمَنْ – al-qalam

السَّيِّدَةُ – as-sayyidah

Bila diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung (-).

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak diawal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

شَيْءٌ – syai' un
أُمْرٌ – umirtu

النَّوْءُ – an-nau'u
تَأْمُرُونَ – ta'murūna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) atau huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ : *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau *Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn*
فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ : *Fa'aufu al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa'auful-kaila wal-mīzāna*

Catatan:

- 1) Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu

didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ : *wa mā Muḥammadun illā rasūl*
أَفَلَا يَتَدَبَّرُونَ الْقُرْآنَ : *afalā yata dabbarūna al-Qur'ān*

- 2) Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفُتُوحٌ قَرِيبٌ : *naṣrum minallāhi wa fatḥun qarīb*
اللَّهُ أَكْبَرٌ : *Allāhu akbar*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xiii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah Penelitian.....	8
C.Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kegunaan Penelitian.....	8
D.Kajian Pustaka.....	9
E. Kerangka Teori.....	14
1. Dakwah	14
2. Media Baru (<i>New Media</i>).....	19
3. Retorika	21
F. Kerangka Berpikir.....	38
G.Metodologi Penelitian	40
H.Sistematika Pembahasan	47

BAB II GAMBARAN UMUM AKUN TIKTOK HUSAIN BASYAIBAN DAN PROFIL HUSAIN BASYAIBAN	48
A.Akun Tiktok Husain Basyaiban	48
1. Gambaran Umum TikTok	48
2. Profil TikTok Husain Basyaiban	53
B.Profil Husain Basyaiban.....	58
BAB III ANALISIS RETORIKA DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL TIKTOK.....	62
1. Video Dakwah “Pernikahan Beda Agama” Yang Diunggah Pada 10 Maret 2022.....	62
2. Video Dakwah “Roh Kudus Dalam Islam” Yang Diunggah Pada 19 Maret 2022.....	77
3. Video Dakwah “Larangan Merekam Orang Berzina” Yang Diunggah Pada 22 Maret 2022	90
4. Video Dakwah “Kewajiban Membayar Hutang Puasa” Yang Diunggah Pada 1 April 2022	106
BAB IV PENUTUP	121
A.Kesimpulan	121
B.Saran.....	123
DAFTAR PUSTAKA	125

LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Analisis Gaya Bahasa Video Dakwah “Pernikahan Beda Agama”	64
Tabel 2 Hasil Analisis Gaya Suara Video Dakwah “Pernikahan Beda Agama”	71
Tabel 3 Hasil Analisis Gaya Gerak Tubuh Video Dakwah “Pernikahan Beda Agama”	76
Tabel 4 Hasil Analisis Gaya Bahasa Video Dakwah “Roh Kudus Dalam Islam”	79
Tabel 5 Hasil Analisis Gaya Suara Video Dakwah “Roh Kudus Dalam Islam”	85
Tabel 6 Hasil Analisis Gaya Gerak Tubuh Video Dakwah “Roh Kudus Dalam Islam”	88
Tabel 7 Hasil Analisis Gaya Bahasa Video Dakwah “Larangan Merekam Orang Berzina”	92
Tabel 8 Hasil Analisis Gaya Suara Video Dakwah “Larangan Merekam Orang Berzina”	99
Tabel 9 Hasil Analisis Gaya Gerak Tubuh Video Dakwah “Larangan Merekam Orang Berzina”	105
Tabel 10 Hasil Analisis Gaya Bahasa Video Dakwah “Kewajiban Membayar Hutang Puasa”	108
Tabel 11 Hasil Analisis Gaya Suara Video Dakwah “Kewajiban Membayar Hutang Puasa”	115
Tabel 12 Hasil Analisis Gaya Gerak Tubuh Video Dakwah “Kewajiban Membayar Hutang Puasa”.....	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 1.2 Model Analisis Data Miles dan Huberman	45
Gambar 2.1 Tampilan Akun TikTok Husain Basyaiban.....	53
Gambar 2.2 Tampilan Akun Instagram Omar Al Odah dan Husain Basyaiban	55
Gambar 3.1 Gelombang suara video dakwah “Pernikahan Beda Agama”	70
Gambar 3.2 Gelombang suara video dakwah “Roh Kudus Dalam Islam”	84
Gambar 3.3 Gelombang suara video dakwah “Larangan Merekam Orang Berzina”.	99
Gambar 3.4 Gelombang suara video dakwah ‘Kewajiban Membayar Hutang Puasa”	115



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Agama Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang membawa ajaran untuk disampaikan kepada umat manusia. Dakwah merupakan suatu bagian yang terdapat dalam kehidupan umat beragama. Islam sangat membutuhkan eksistensi dan peran dakwah, karena dakwah sebagai sarana *vital* bagi proses perkembangan dan kemajuan Islam, baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.¹ Islam juga menganjurkan bahkan mewajibkan bagi setiap muslim untuk berdakwah. Anjuran berdakwah banyak disebutkan dalam Al-Qur'an, salah satunya dalam surah Al-Maidah ayat 67:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ
 رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

"Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu), berarti kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir". (QS. Al Maidah: 67)

Menurut Syaikh Ali Makhfudz dalam kitab *Hidayatul Mursyidin*, dakwah ialah mengajak manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka untuk berbuat baik dan mencegah kemungkaran, agar

¹ Dinda Rizky Hayati, *Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis*, Fakultas Dakwah UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021, hlm. 1.

memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.² Proses dakwah dapat berlangsung karena adanya interaksi yang melibatkan sejumlah unsur yang terdiri dari da'i (komunikator), mad'u (komunikan), maddah (materi dakwah), washilah (media dakwah), thariqah (metode) dan atsar (efek dakwah). Keberhasilan kegiatan dakwah sangat ditentukan oleh hubungan yang saling terkait antara unsur-unsur tersebut.

Dalam aktivitas dakwah, peran da'i tentunya sangat penting terhadap keberhasilan dakwah karena da'i merupakan pelaku utama dalam dakwah yaitu orang yang menyampaikan dakwah. Da'i bukan sekadar orang yang berbicara dan mempengaruhi manusia dengan nasihat-nasihatnya, suaranya, serta kisah-kisah yang diucapkannya. Tetapi da'i merupakan seseorang yang memahami hakikat Islam dan tahu apa yang sedang berkembang di kehidupan sekitarnya serta semua permasalahan yang ada. Seorang da'i adalah orang yang paham secara mendalam hukum-hukum syariah dan sunnah kauniyah, seorang yang mengajarkan Islam kepada manusia dengan pengajaran yang sebenarnya.³

Seorang da'i tidak hanya di tuntut mempunyai kemampuan dan kepandaian dalam ilmu agama, tetapi juga kemampuan dan kepandaian berdakwah melalui ucapan (*dakwah bil lisan*) supaya keberhasilan dakwah dapat tercapai dan pesan dakwah yang disampaikan akan lebih mudah diterima apabila da'i dapat memilih

1. ² Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm.

³ *Ibid*, hlm. 263.

kata atau kalimat yang terstruktur dan menggunakan penyampaian yang sesuai sehingga mad'u dapat mendengar dan memahami pesan dakwah yang disampaikan dengan baik dan benar. Oleh karena itu, penting bagi para da'i untuk mengetahui dan memahami retorika serta dapat mempraktikkannya dalam aktivitas dakwah.

Retorika sendiri berasal dari bahasa Latin *rhetorica* yang artinya ilmu berbicara, dan dalam perkembangannya, retorika disebut juga seni berbicara di depan umum. Retorika adalah seni membuat lawan bicara tertarik melalui ucapan dengan menyusun unsur-unsur percakapan yang juga untuk mendapatkan tanggapan dari pendengar.⁴ Retorika sering diidentikkan dengan metode persuasi. Pidato persuasif dirancang untuk mengubah perilaku audiens, mengubah sikap atau keyakinan, memengaruhi orang lain, membangun persatuan, bahkan menjual produk atau ide.⁵ Dengan demikian, peran retorika sangat penting dalam menyampaikan informasi, terutama dalam menyampaikan pesan yang sarat dengan nilai-nilai agama (dakwah). Dalam menyalurkan pesan dakwah, pesan tersebut harus menarik perhatian masyarakat (*attractive*) dan penyampaiannya juga harus mudah dipahami agar apa yang disampaikan da'i mendapat perhatian dari audiens.⁶

⁴ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA. Rizky, 2020), hlm. 6.

⁵ Mohd. Rafiq, "Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah", jurnal Fitrah Vol. 01 No. 1 Januari – Juni 2015, Hlm. 134.

⁶ Asriadi, Retorika Sebagai Ilmu Komunikasi Dalam Berdakwah, Al-Munzir Vol. 13. No. 1 Mei 2020, hlm. 90.

Selain da'i, media yang digunakan sebagai sarana untuk berdakwah juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah. Kini banyak media yang dimungkinkan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada umat manusia, diantaranya kemunculan *new media* seperti media sosial berbasis internet yang banyak digunakan saat ini dan sudah menjadi bagian dan kebutuhan dalam kehidupan manusia setiap harinya. Beberapa jejaring sosial yang cukup populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia antara lain Youtube, Facebook, Twitter, Instagram dan TikTok.⁷

TikTok merupakan salah satu media sosial paling populer di dunia saat ini yang dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah. Aplikasi video pendek milik perusahaan China, *ByteDance*, yang diluncurkan pada tahun 2016 ini menyajikan berbagai jenis konten, mulai dari konten edukasi, hiburan, video kreatif, inspiratif, dan berbagai konten menarik lainnya.⁸ Layaknya youtube, TikTok saat ini menjadi aplikasi video yang banyak digunakan karena lebih singkat dan bervariasi. Tak hanya kreator konten hiburan, banyak juga kreator TikTok yang menyajikan konten-konten dakwah secara ringan dan mengikuti tren-tren saat ini yang dikemas dengan apik. Dakwah yang dilakukan melalui media sosial berbasis internet khususnya TikTok juga perlu diperhatikan penggunaan retorika yang tepat agar dakwah yang disampaikan semakin menarik banyak audiens, bahkan terdapat

⁷ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 71.

⁸ <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> diakses pada tanggal 5 Maret 2022 pukul 09.15 WIB.

istilah retorika digital yang menunjukkan penggunaan retorika pada platform digital. Beberapa akun TikTok yang menyajikan konten dakwah diantaranya @basyasman00, @syam_elmarusy, @alinezad, @yudhidarmawan, @thenameisbil, @dinda_ibrahiim, dan masih banyak lagi. Masing-masing akun tersebut memiliki cara dan ciri khas tersendiri dalam menyajikan konten dakwahnya.

Dari sekian banyak TikToker yang mengusung tema dakwah dalam kontennya, penulis tertarik pada akun TikTok @basyasman00 milik seorang da'i muda yang bernama Husain Basyaiban untuk dijadikan sebagai subyek penelitian dengan obyek penelitian gaya retorika dakwah yang dilakukannya, karena menyajikan konten dakwah dengan gaya bicara yang khas, dikemas dengan berbagai cara yang menarik dan memiliki banyak peminat yang dapat dilihat dari jumlah *follower* mencapai lebih dari lima juta dan berbagai komentar positif dari para penontonnya.⁹

Husain Basyaiban merupakan seorang remaja kelahiran Makkah tahun 2002 yang memanfaatkan TikTok sebagai media berbagi konten dakwah Islam dengan tema pembahasan mengikuti tren-tren yang sedang berkembang di media sosial. Tidak seperti pendakwah-pendakwah pada umumnya yang menggunakan bahasa yang kaku dan busana muslim saat berdakwah, Husain justru menyampaikan pesan dakwah pada akun TikToknya dengan pembawaan yang

⁹ <https://vt.tiktok.com/ZSdJrTSjC/> diakses pada 11 Maret 2022 pukul 22.43 WIB.

santai menyesuaikan target utama dakwahnya yaitu kaum remaja seusianya. Ia mengaku bahwa penampilan dakwahnya di TikTok dengan dakwah secara langsung di majelis-majelis ilmu sangat berbeda, jika dalam kegiatan dakwah yang dilakukan secara konvensional ia mengenakan pakaian muslim seperti gamis dan kopyyah, namun saat menyampaikan dakwah di TikTok ia mengenakan pakaian-pakaian santai seperti kaos atau hoodie tanpa menggunakan kopyah dengan bahasa santai dan gaul mengikuti perkembangan media untuk menarik perhatian target utama dakwahnya yakni anak-anak muda.¹⁰ Hal ini menunjukkan bahwa Husain Basyaiban menerapkan konsep retorika digital dimana ia memiliki cara tersendiri untuk menarik audiens supaya pesan dakwah yang disampaikan lebih mudah diterima dan dipahami oleh mereka.

Nama Husain Basyaiban semakin populer dan dikenal sebagai TikToker dakwah karena ia beberapa kali berdebat dengan beberapa tokoh yang kerap menuai kontroversi di media sosial dengan menyampaikan pernyataan yang tidak sesuai dengan ajaran Islam sehingga banyak orang yang terpengaruh, terhasut dan salah paham, seperti Habib Kribo. Habib Kribo atau Habib Zein Assegaf ini mengatakan beberapa hal yang bertentangan dengan ajaran Islam, diantaranya ia menyatakan bahwa konsep 99 asmaul husna kurang lebih sama bahasanya dengan konsep trinitas dalam agama kristen, tidak ada kebenaran absolut, dan rasis terhadap orang Arab dengan menyatakan bahwa orang arab tidak memiliki budaya,

¹⁰ <https://youtu.be/It9XwQGLTxE>, diakses pada 22 Juli 2022 pukul 21.30 WIB.

tidak melahirkan intelektual, dll. Husain menanggapi pernyataan-pernyataan yang salah tersebut dengan tegas, jelas dan dengan nada tinggi. Ia mengimbau kepada masyarakat, khususnya yang menggunakan media sosial untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam memilih pendakwah, sebab tolak ukur seorang pendakwah itu bagus, bukan hanya dari kata-kata yang diucapkan saja, tetapi juga dari kebenaran pesan yang disampaikan.¹¹

Bahkan kepopuleran Husain Basyaiban tak hanya di media sosial tetapi juga sampai ke kalangan pejabat pemerintah, salah satunya adalah ketua Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPR-RI), AA LaNyalla Mahmud Mattalitti. Beliau bertemu dengan Husain Basyaiban saat melakukan kunjungan kerja di Jawa Timur, tepatnya di JW Marriot Hotel pada 5 Maret 2022 lalu. Dalam pertemuan tersebut, mereka berbincang terkait masalah politik terutama situasi kebangsaan sekarang, salah satunya mengenai wacana penundaan Pemilu 2024. LaNyalla juga berpesan kepada Husain untuk mengedukasi *followers*-nya sebagai generasi milenial untuk melek politik agar dapat berkontribusi terhadap pembangunan bangsa di masa depan.¹²

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban Di Media Sosial TikTok”.

¹¹ *Ibid.*

¹² <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/bertemu-kreator-tiktok-husain-basyaiban-ketua-dpd-ri-dorong-milenial-melek-politik>, diakses pada 26 Juli 2022 pukul 17.08 WIB.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah yang peneliti angkat adalah bagaimana gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok yang meliputi gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh pada video dakwah di akun TikToknya @basyasman00?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasar pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah untuk mengetahui gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok yang meliputi gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh pada video dakwah di akun TikToknya @basyasman00.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu bahan pustaka yang dapat menambah khazanah keilmuan dan pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan konsep retorika dalam aktivitas dakwah di media sosial, serta di bidang teknologi dan komunikasi lainnya.
- b. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran, masukan dan kontribusi bagi para praktisi komunikasi dalam

memanfaatkan media sosial khususnya TikTok sebagai media dakwah, serta dapat menjadi bahan rujukan bagi pihak lain yang ingin berdakwah di media sosial TikTok maupun bagi yang ingin melakukan penelitian di bidang yang sama.

D. Kajian Pustaka

Adanya kajian pustaka dapat membantu penulis dalam penelitian mengumpulkan data yang sudah ada karena merupakan hal penting dalam ilmu pengetahuan. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dari berbagai sumber yang minim, diantaranya adalah hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema yang dibahas oleh penulis. Berikut beberapa sumber data yang hampir serupa:

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Nashichun Amin dan Sayidah Afyatul Masruroh yang berjudul “Model Retorika Ahmad Muwafiq Pada Channel Youtube Gus Muwafiq Official Edisi 15 November 2020” dalam jurnal Spektra Komunika volume 1 Nomor 1 Februari 2022, Fakultas Agama Islam Universitas hasyim Asy’ari Jombang. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui model retorika dakwah yang digunakan Gus Muwafiq pada channel youtube Gus Muwafiq Official edisi 15 November 2020. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah pada subyek penelitian dimana penelitian tersebut meneliti gaya retorika dakwah Gus Muwafiq di media sosial youtube sedangkan penelitian penulis meneliti gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok.

Hasil dari penelitian tersebut ialah yang pertama, dari segi penggunaan gaya bahasa Gus Muwafiq telah menerapkan beberapa jenis bahasa tersebut dengan baik dan jelas, seperti penggunaan bahasa tidak resmi, bahasa percakapan, gaya bahasa berdasarkan nada dan gaya bahasa berdasarkan kalimat. Yang *kedua*, dari segi penggunaan suara Gus Muwafiq menggunakan suara yang bervariasi dalam berdakwah sesuai materi yang di sampaikan, diantaranya menggunakan *pitch* (suara 1, 2 dan 3), *loudness*, dan *rate* serta *rhyhm* yang di terapkan dengan baik. *Ketiga* yaitu penggunaan gaya tubuh, Gus Muwafiq terlihat dalam posisi duduk, sikap badan yang tegap, memakai pakaian yang santai dan juga pandangan mata yang bervariasi selama menyampaikan ceramahnya.¹³

Kedua, penelitian yang dilakukan Muh. Irfan dan Jusratul Aini yang berjudul “Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah T.G.K.H. Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah Ke-70-80 NWDI di Pancor” dalam jurnal keilmuan pendidikan bahasa dan sastra Indonesia Vol. 1 No. 3 tahun 2019. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada subyek penelitian dan fokus penelitiannya dimana penelitian tersebut meneliti gaya retorika dakwah T.G.K.H. Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah Ke-70-80 NWDI di Pancor yang lebih fokus pada gaya komunikasi konteks rendah dan sisi positif konteks tinggi, aspek-aspek (diksi, alih kode, campur kode, dan kesantunan, bentuk retorika serta gaya bahasa yang digunakan, sedangkan penelitian penulis meneliti

¹³ <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/spektra/article/view/2348> diakses pada 11 Mei 2022 pukul 10.58 WIB.

gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok yang lebih fokus pada gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh dalam berdakwah. Hasil penelitian tersebut ialah Gaya komunikasi yang digunakan TGB adalah perpaduan antara gaya komunikasi konteks rendah dan sisi positif konteks tinggi. Hal ini ditandai dengan gaya penyampaian yang tegas, lugas, gamblang, damai, sejuk, tenang, serta mampu memainkan irama ketika berceramah. Bentuk retorika dakwah TGB terlihat dari aspek-aspek, bentuk retorika, dan gaya bahasa yang digunakan. Pengaruh retorika tersebut karena penerapan gaya bahasa yang telah disesuaikan dengan kondisi jamaah dan tempat penerapannya. Gaya bahasa retoris ialah penggunaan majas yang bertujuan untuk menimbulkan efek tertentu dalam berkomunikasi, seperti repetisi, metafora, dan litotes.¹⁴

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Dinda Rizky Hayati dalam skripsinya yang berjudul “Pemanfaatan Media TikTok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis” Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto tahun 2021. Penelitian ini bertujuan mengetahui alasan digunakannya media sosial TikTok sebagai media dakwah Islam, proses pembuatan konten dakwah pada akun TikTok @ikhwanmukhlis_, serta cara penentuan tema dakwah di aplikasi TikTok pada akun @ikhwanmukhlis_. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus penelitian dimana penelitian ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial TikTok sebagai media dakwah oleh Ikhwan Mukhlis, sedangkan penelitian penulis

¹⁴ <https://jurnal.ppb-sip.org/index.php/bahasa/article/download/37/25> diakses pada 11 Mei 2022 pukul 11.40 WIB.

membahas mengenai gaya retorika Husain Basyaiban di media sosial TikTok. Hasil dari penelitian Dinda ini ialah 1) Alasan Ikhwan Mukhlis menggunakan media TikTok untuk berdakwah ialah karena lebih mudah tersampaikan kepada target yang dituju dan dapat diterima oleh kalangan remaja sebab aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang sedang *booming* saat itu, adanya keprihatinan terhadap hal-hal menyimpang yang terjadi di lingkungan sekitarnya, serta karena termotivasi oleh Husain Basyaiban. 2) Proses pembuatan konten TikTok oleh Ikhwan Mukhlis sama seperti proses produksi video pada umumnya yang meliputi persiapan peralatan, penentuan materi, persiapan dan peringkasan materi, produksi pembuatan video, penyuntingan atau editing video, serta publikasi. 3) Ikhwan Mukhlis menentukan tema dakwah berdasarkan fenomena yang sedang terjadi atau viral, dan fenomena yang sekiranya melenceng jauh dari hukum Islam dan perlu pemberian, dengan bersumber kepada kitab-kitab terpercaya.¹⁵

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Riska Amelia dalam skripsinya yang berjudul “Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok”, Fakultas Dakwah UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi tahun 2021. Penelitian ini bertujuan mengetahui pesan dakwah apa yang terkandung dalam konten TikTok Husain Basyaiban, serta makna denotasi, konotasi dan mitos dalam konten TikTok Husain Basyaiban. Menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan metode analisa semiotika. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis

¹⁵ <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/> diakses pada 18 Mei 2022 pukul 20.05 WIB.

terletak pada obyek penelitian dan metode analisis data, jika penelitian ini meneliti tentang pesan dakwah yang terkadung dalam konten TikTok Husyain Basyaiban dengan analisis semiotika, penelitian penulis lebih menekankan pada gaya retorika dakwah Husain Basyaiban pada akun TikToknya @basyasman00 dengan analisis deskriptif. Pada hasil penelitiannya, Riska Amelia menggunakan tiga video yang berjudul “Toleransi Woy”, “Antara Menjaga Akidah dan Toleransi”, serta “Toleransi” sebagai fokus penelitian dan menjelaskan pesan dakwah yang terkandung didalamnya, juga memaparkan makna denotasi, konotasi dan mitos dengan menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes.¹⁶

Dari keempat kajian pustaka di atas menunjukkan bahwa penelitian dengan obyek dan subyek dalam penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya. Kesamaan yang umum ditemukan antara lain dalam pemilihan obyek, subyek, atau jenis analisis data yang digunakan. Namun perbedaan yang paling menonjol pada penelitian ini dengan penelitian lainnya ialah pada penggunaan dan penerapan retorika digital dalam aktivitas dakwah di media sosial yang belum pernah peneliti temukan di penelitian lain.

¹⁶ <http://repository.uinjambi.ac.id/6794/> diakses pada 18 Mei 2022 pukul 20.05 WIB.

E. Kerangka Teori

1. Dakwah

Dari segi bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab *da'wah* yang bermakna memanggil, mendoakan, mendatangkan, mengundang, mendorong, menyebabkan, minta tolong, meminta, menamakan, memohon, menangisi, dan meratapi.¹⁷ Sedangkan pengertian dakwah secara istilah menurut para ahli memiliki perbedaan dalam susunan redaksinya namun maksud dan maknanya tetap sama. Samsul Munir Amin menyimpulkan bahwa dakwah merupakan suatu aktivitas atau usaha yang dilakukan dengan sengaja atau sadar untuk mengajak dan menyeru melaksanakan kebaikan serta menjauhi perbuatan munkar untuk mencapai kehidupan yang bahagia di dunia dan akhirat.¹⁸

Secara umum, dakwah dikategorikan menjadi tiga macam, yaitu dakwah *bil-Lisan* (dakwah yang dilakukan melalui lisan atau ucapan), dakwah *bil-Hal* (dakwah yang dilakukan dengan perbuatan nyata atau keteladanan), dan dakwah *bil-Qalam* (dakwah melalui tulisan).¹⁹ Selain itu, dalam dakwah juga terdapat dua dimensi besar.²⁰ Pertama, dimensi kerisalan (*bi ahsan al-qawl*) yang mencakup penyampaian pesan kebenaran dengan memerankan tugas para rasul untuk menyeru manusia agar lebih menambah pengetahuan,

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2017), Hlm. 5.

¹⁸ Saidulkarnain Ishak, *Dakwah Sambil Ngenet* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 6.

¹⁹ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: AMZAH, 2013), hlm. 11.

²⁰ Aep Kusnawan dkk, *Komunikasi dan Penyiaran Islam; Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film, dan Media Digital* (Bandung: Benang Merah Pers, 2004), hlm. viii.

pemahaman, dan pengamalan Islam sebagai pandangan hidup, seperti yang tercantum dalam QS. Al-Maidah ayat 67 dan QS. Ali ‘Imran ayat 104. *Kedua*, dimensi kerahmatan (*bi ahsan al-‘amal*) yang mencakup pengaplikasian nilai-nilai kebenaran dan mengacu pada firman Allah dalam QS. Al-Anbiya’ ayat 107. Dalam dimensi kerahmatan, dakwah merupakan upaya mewujudkan Islam dalam kehidupan dimana umat Islam dituntut agar secara terus menerus berproses untuk membuktikan kebenaran Islam sebagai *rahmatal lil ‘alamin*. Dari dimensi kerisalahhan terdapat dua bidang yaitu *tabligh* dan *irsyad*, sedangkan dari dimensi kerahmatan juga terdapat dua bidang yaitu *tadbir* dan *tathwir*.²¹ Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus pada pembahasan *tabligh*.

a. Pengertian Tabligh

بَلَغَ – يُبَلِّغُ – تَبْلِيغًا Secara bahasa *tabligh* berasal dari bahasa Arab

yang berarti menyampaikan atau memberitahukan. Dalam arti bahasa, dakwah dan *tabligh* dapat dibedakan tetapi tidak dapat dipisahkan, karena keduanya merupakan bagian dari keilmuan dakwah. *Tabligh* berarti menyampaikan dan dakwah berarti mengajak.²² *Tabligh* pada dasarnya merupakan bagian dari dakwah sebab *tabligh* merupakan dakwah yang disampaikan melalui lisan (*dakwah bil-lisan*). Dalam aktivitas dakwah,

²¹ Aep Kusnawan dkk, *Komunikasi dan Penyiaran Islam; Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film, dan Media Digital*, hlm. viii.

²² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 17.

tabligh yaitu menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain. Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni menganggap bahwa tabligh merupakan tahapan awal dalam dakwah. Tahapan berikutnya ialah pengajaran dan pendalaman ajaran Islam, kemudian penerapan ajaran Islam dalam kehidupan.²³ Al-Qur'an menyebutkan bahwa tugas para nabi dan mubaligh secara umum adalah tabligh kepada umatnya dengan penyampaian yang mendalam supaya mudah dipahami oleh mubalagh atau target dakwah. Pesan dakwah yang mudah dipahami dan mengesankan disebut *baligh* atau *qaulan baligha* (QS. an-Nisa': 63).²⁴

Tabligh merupakan suatu penyebarluasan ajaran Islam yang memiliki ciri-ciri tertentu, yakni bersifat insidental (dilakukan hanya pada kesempatan atau waktu tertentu), oral (disampaikan melalui lisan), massal (melibatkan banyak orang), seremonial (bersifat perayaan), bahkan kolosal (dilakukan secara besar-besaran).²⁵

Dalam berbagai pembentukan katanya, tabligh disebutkan sebanyak 77 kali di dalam al-Qur'an, beberapa diantara ayat al-Qur'an yang menyatakan perintah tabligh dengan penyampaian yang baik dan

²³ *Ibid.*

²⁴ *Ibid*, hlm. 19.

²⁵ Aep Kusnawan dkk, *Komunikasi dan Penyiaran Islam; Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film, dan Media Digital*, hlm. ix.

jelas, diantaranya dalam surah *Ali Imrān* ayat 20, *Yāsīn* ayat 17, *al-Māidah* ayat 92 dan 99, *ar-Ra'd* ayat 40, dan *an-Nahl* ayat 54.²⁶

وَأَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَاحْذَرُوا إِنْ تَوَلَّنِمْ فَاعْلَمُوا أَنَّمَا عَلَى
رَسُولِنَا الْبَلْغُ الْمُبِينُ

“Dan taatlah kamu kepada Allah dan taatlah kamu kepada Rasul serta berhati-hatilah. Jika kamu berpaling, maka ketahuilah bahwa kewajiban Rasul Kami, hanyalah menyampaikan (amanat) yang jelas” (QS. al-Māidah: 92).

b. Unsur-unsur Tabligh

Tabligh merupakan bagian dari dakwah, maka unsur-unsur yang ada pada dakwah juga terdapat pada tabligh, agar tabligh yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Unsur-unsur tersebut yaitu:

1. Mubaligh artinya orang yang melakukan tabligh atau menyampaikan ajaran agama Islam. Menurut perspektif M. Natsir, mubaligh disebut juga pembawa dakwah, artinya membawakan dakwah dengan tujuan membina pribadi dan membangun umat sehingga pribadi dan umat ini berkembang maju sesuai dengan kehidupan yang diridhai Allah.²⁷

Setiap muslim yang hendak menyampaikan ajaran Islam, terutama

²⁶ Ibid.

²⁷ Thohir Luth, M. Natsir: *Dakwah dan Pemikirannya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hlm. 74.

mubaligh sebaiknya mempunyai kepribadian yang baik untuk menunjang keberhasilan dakwah Islam, baik kepribadian jasmani (fisik) maupun rohani (psikologi).²⁸

2. Mubalagh merupakan isim maf'ul dari kata tabligh yang berarti orang yang diberi penyampaian. Mubalagh ialah obyek dalam tabligh atau penerima tabligh, yaitu semua manusia dengan beragam suku bangsa, bahasa, budaya dan karakteristik lainnya tanpa terkecuali. Mubalagh merupakan orang atau kelompok yang biasa disebut dengan jamaah yang sedang menerima atau mendapatkan pengetahuan tentang ajaran Islam dari seorang mubaligh.²⁹
3. Materi atau pesan tabligh merupakan isi atau muatan tabligh yang disampaikan mubaligh kepada mubalagh yang diharapkan dapat memberikan pengetahuan, pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku sasaran tabligh.³⁰ Secara umum materi dalam tabligh dibagi menjadi tiga, yaitu akidah (iman), syari'ah (Islam), dan akhlak (Ihsan) yang bersumber pada al-Qur'an dan sunnah.³¹
4. Media tabligh adalah alat yang digunakan sebagai perantara untuk menyalurkan materi tabligh (ajaran Islam) kepada muballagh.³²

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid*, hlm. 279.

³⁰ Moh. Ali aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 272.

³¹ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i, and Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), hlm. 39.

³² Moh. Ali aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, hlm. 345.

Dalam ilmu komunikasi, media diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu pertama, media terucap (*the spoken words*) ialah alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya. Kedua, media tertulis (*the printed writing*) ialah media yang berupa tulisan atau cetakan seperti buku, surat kabar, pamflet, majalah, lukisan, gambar, dan lain-lain. Dan Ketiga, media dengar pandang (*the audio visual*) merupakan media berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar, seperti film, video, televisi, dan sejenisnya.³³

5. Metode tabligh adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang muballigh kepada obyeknya untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.³⁴ Secara garis besar metode tabligh sama dengan metode dalam dakwah yang meliputi tiga cara seperti yang tercantum dalam QS. An-Nahl ayat 125, yaitu dengan metode *Bil Hikmah* (kebijaksanaan), *Mau'idzah Hasanah* (tutur kata yang baik), dan *Al-Mujadalah* (berdebat dengan baik).³⁵

2. Media Baru (*New Media*)

Media baru merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan

³³ *Ibid*, hlm. 348.

³⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 242-243.

³⁵ M. Rosyid Ridla, Afif Rifa'i, dan Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, Dan Ruang Lingkup* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2017), hlm. 41.

komunikasi di akhir abad ke-20. Teknologi komputer dan internet adalah hal yang mendasari kemunculan istilah new media. Arti secara bahasa, *new media* berasal dari kata “new” yang artinya baru dan “media” artinya alat yang digunakan sebagai sumber penyampaian pesan kepada penerima. *New media* merupakan sebuah bentuk konvergensi atau penggabungan media konvensional dengan media digital. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, media sosial, online forum dan lain-lain. *New media* adalah sebuah media yang memfasilitasi interaksi antara pengirim dan penerima. Keunggulan new media dibandingkan dengan media konvensional ialah sifatnya yang *realtime*, sehingga masyarakat dapat mengakses informasi kapan saja dan dimana saja dengan cepat, selama terkoneksi dengan jaringan internet.³⁶

Media sosial atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Keberadaan media sosial telah melekat dalam kehidupan sehari-hari masyarakat khususnya para remaja atau sering disebut kaum milenial. Semakin lama media sosial juga semakin berkembang dengan berbagai penawaran yang baru dan menarik bagi para penggunanya. Media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan, mulai dari sarana berbagi informasi dan pengetahuan, hiburan, media pemasaran, hingga sebagai media untuk berdakwah.

³⁶ Yesi Puspita, “Pemanfaatan new media dalam memudahkan komunikasi dan transaksi pelacur gay”, dalam Jurnal Pekommas, Vol. 18 No. 3, Desember 2015 (Padang: Universitas Andalas, 2015), hlm. 206.

3. Retorika

a. Teori Retorika Aristoteles

Kata retorika berasal dari bahasa Inggris “*rhetoric*” dan bersumber dari bahasa Latin “*rhetorica*” yang artinya ilmu berbicara. Istilah retorika dikenalkan pertama kali oleh Aristoteles (384-322 SM) sebagai sebuah ilmu yang berdiri sendiri, yang kemudian semakin menyebar luas, berkembang dan banyak digunakan di berbagai bidang hingga saat ini.³⁷ Aristoteles memandang retorika sebagai “*the facult of seeing in any situation the available means of persuasion*” yang berarti bahwa retorika merupakan kemampuan memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain (dalam hal mengetahui, memahami dan menerima maksud dari pesan yang disampaikan pembicara).

Dalam teori retorika, Aristoteles mengemukakan dua asumsi, yaitu:

- Pembicara yang efektif harus mempertimbangkan audiens, karena menurut Aristoteles audiens sangat berpengaruh terhadap efektivitas

³⁷ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA. Rizky, 2020), hlm. 2.

seorang pembicara dan merupakan penentu keberhasilan seorang pembicara dalam menyampaikan pesan.

- Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka, yang meliputi tiga hal yakni ethos (kredibilitas atau dapat dipercaya), pathos (perasaan atau emosional), dan logos (bukti nyata).³⁸

Retorika sebagai ilmu memiliki beberapa sifat³⁹, diantaranya:

- Rasional, artinya kalimat yang disampaikan oleh seorang pembicara harus tersusun secara sistematis dan logis.
- Empiris, artinya menyajikan fakta-fakta yang dapat diterima oleh panca indera.
- Umum, artinya kebenaran yang disampaikan tidak bersifat rahasia dan tidak dirahasiakan karena mempunyai nilai sosial.
- Akumulatif, merupakan ilmu yang mengatakan retorika sebagai *public speaking* atau berbicara didepan umum.

Aristoteles menulis tiga jilid buku berjudul *De Arte Rhetorica*, yang diantaranya berisi lima tahap penyusunan pidato yang dikenal dengan istilah Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*) yang terdiri dari⁴⁰:

³⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 7.

³⁹ Dhanik Sulistyari dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika*, hlm. 2.

⁴⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*, hlm. 6.

- 1) Inventio (penemuan), pembicara mencari topik dan meneliti khalayak untuk mengetahui metode persuasi yang paling tepat, kemudian pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.
- 2) Dispositio (penyusunan), pembicara menyusun atau mengorganisasikan pesan yang akan disampaikan.
- 3) Elocutio (gaya), pembicara memilih kata-kata dan bahasa yang tepat untuk mengemas pesan yang ingin disampaikan dengan menyesuaikan tema dan kondisi khalayak.
- 4) Memoria (ingatan), pembicara harus mengingat pesan-pesan atau materi yang akan disampaikan dengan mengatur bahan-bahan pembicaraan.
- 5) Pronuntiatio (penyampaian), pada tahap terakhir ini pembicara menyampaikan pesan secara lisan dengan memperhatikan suara dan gerakan-gerakan tubuh untuk mendukung penyampaian pesan.

b. Jenis-jenis Retorika

Jika dilihat dari aspek persiapannya, pidato dibagi menjadi empat jenis, yaitu⁴¹:

⁴¹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.), hlm. 17.

- 1) Impromtu, yaitu jenis pidato yang dilakukan secara mendadak tanpa persiapan terlebih dahulu. Bagi orang yang belum terbiasa berbicara didepan umum, pidato jenis ini tentunya akan membuatnya kesulitan.
- 2) Memoriter, yaitu jenis pidato yang dilakukan dengan mencatat materi yang ingin disampaikan dan kemudian diingat-ingat susunan kata per kata, atau disebut juga pidato hafalan. Jenis pidato ini tidak fleksibel dan tidak komunikatif dengan khalayak karena pembicara sibuk mengingat-ingat dan terpaku pada hafalannya. Memoriter biasanya dilakukan oleh orang yang baru belajar seperti anak-anak madrasah.⁴²
- 3) Manuskrip, yaitu jenis pidato yang dilakukan dengan membaca teks atau naskah. Pidato ini biasanya dilakukan pada kegiatan atau acara resmi kenegaraan atau pemerintahan karena pidato jenis ini bersifat kaku, karena pembicara yang mengatas namakan lembaga kenegaraan tidak boleh salah kata atau salah ucapan di depan publik yang dapat berdampak buruk pada kepemimpinan ataupun kebijakannya.
- 4) Ekstempore, yaitu jenis pidato yang paling baik dan biasanya dilgunakan oleh para ahli pidato yang telah mahir.⁴³ Pidato jenis ini dilakukan dengan mempersiapkan poin-poin inti dari materi yang

⁴² *Ibid*, hlm. 18.

⁴³ *Ibid*, hlm. 19.

ingin disampaikan untuk kemudian dinarasikan dengan ekspresif dan komunikatif dihadapan khalayak. Dalam pidato jenis ini pembicara dituntut mampu mengeksplor materi dan improvisasi, menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi tempat, waktu serta obyek atau audiens pidato.

c. Retorika Digital

Istilah retorika digital dicetuskan pertama kali oleh seorang ahli retorika Richard A. Lanham dalam sebuah kuliah yang disampaikannya pada bulan Oktober 1989. Kuliah dengan tema *Digital Rhetoric: Theory, Practice, and Property* tersebut diterbitkan pada *Literacy Online* (Tuman, 1992) dan Lanham juga menggunakan istilah retorika digital dalam karyanya yang berjudul *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts* (1993).⁴⁴

Dalam *The Electronic Word* (1993), Lanham terus mengembangkan pemahamannya tentang dampak dari teknologi digital serta peran teknologi dan retorika terhadap kehidupan manusia. Hubungan antara media/komunikasi digital dan praktik retorika adalah langkah untuk memahami "persuasi" secara luas, sesuai dengan konsep retorika persuasif yang diungkapkan oleh Aristoteles. Selain itu, kemunculan media baru mendukung dan memungkinkan transformasi

⁴⁴ Douglas Eyman, *Digital Rhetoric: theory, method, practice* (United States of America: University Of Michigan Press, 2015), hlm. 24.

dari retorika persuasi lama menjadi retorika digital baru yang mendorong ekspresi diri, partisipasi, dan kolaborasi kreatif.⁴⁵

Retorika Online Barbara Warnick : *Persuasi dan Politik di World Wide Web* (2007) adalah salah satu monografi lengkap pertama yang secara eksplisit menerapkan teori retorika ke teks digital yang berada di World Wide Web. Sementara karya Kathleen Welch (1999) sebelumnya menggali agak mendalam teori retorika, karyanya lebih diarahkan pada video daripada teks digital.⁴⁶

Douglas Eyman dalam bukunya yang berjudul *Digital Rhetoric: theory, method, practice* mengungkapkan bahwa Retorika digital secara sederhana diartikan sebagai penerapan teori retorika (sebagai metode analitik atau heuristik untuk produksi) pada teks dan pertunjukan digital.

d. Manfaat Retorika

Menurut Raudhonah (2007:52), fungsi retorika diantaranya⁴⁷:

- *Mass information*, yaitu untuk memberi dan menerima informasi kepada khalayak atau sebaliknya. Setiap orang dapat melakukannya dengan pengetahuan yang dimiliki. Tanpa adanya komunikasi, informasi tidak bisa disampaikan dan diterima dengan baik.

⁴⁵ *Ibid*, hlm. 27.

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 31.

⁴⁷ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA. Rizky, 2020), hlm. 23.

- *Mass education*, yaitu memberi pendidikan atau pengajaran. Fungsi ini sebenarnya dapat dilakukan oleh siapapun yang memiliki keinginan dan kemampuan untuk menyumbangkan ilmu yang dimilikinya, seperti seorang guru yang memberikan pengetahuan kepada muridnya.
- *Mass persuasion*, yaitu untuk memengaruhi. Fungsi ini biasanya dilakukan oleh seorang pembicara supaya pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan diharapkan dapat memengaruhi pendengar untuk hal yang lebih baik.
- *Mass entertainment*, yaitu untuk menghibur. Radio, televisi atau media semacamnya biasanya menerapkan fungsi ini untuk menghibur para audiensnya. Dalam aktivitas dakwah, fungsi ini dapat dilakukan oleh mubaligh dengan memberikan selingan seperti lelucon supaya pendengar lebih antusias dan mudah memahami pesan dakwah yang disampaikan.

e. **Gaya Retorika**

Gaya atau disebut dengan istilah *style* merupakan penggunaan bahasa untuk menyampaikan ide dengan cara tertentu. Gaya merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang keberhasilan dalam menyampaikan pesan. Aristoteles juga membahas mengenai pemilihan

kata, penggunaan perumpamaan, dan kepantasan kata. Pada dasarnya gaya retorika terbagi menjadi tiga bagian yaitu⁴⁸:

1. Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara seseorang dalam menggunakan bahasa untuk mengungkapkan suatu kalimat. Gaya bahasa dan kosa kata mempunyai hubungan yang saling terkait. Semakin banyak kosa kata yang digunakan, maka semakin beragam pula gaya bahasa yang dipakai.⁴⁹ Gaya bahasa sangat penting bagi orang yang ingin menyampaikan sesuatu kepada orang lain, seperti halnya dalam aktivitas dakwah, sangat penting bagi da'i untuk memperhatikan gaya bahasa yang digunakan supaya dapat menarik perhatian mad'u. gaya bahasa memiliki beberapa jenis, diantaranya:

a) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata dibedakan menjadi tiga, antara lain:

- Gaya Bahasa Resmi

Yaitu gaya bahasa dalam bentuknya yang lengkap, menggunakan bahasa baku, EYD lengkap, disampaikan dengan nada bicara yang cenderung datar, dan biasanya

⁴⁸ Kholid Noviyanto dan Sahroni A. Jaswadi, “Gaya Retorika Da’I dan Perilaku Memilih Penceramah”, Jurnal Komunikasi Islam Volume 04 Nomor 01, Juni 2014, hlm. 126.

⁴⁹ Dhanik Sulistyariini and Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA. Rizky, 2020), hlm. 71-72.

digunakan dalam acara-acara resmi, seperti amanat presiden, berita negara, khutbah, tajuk rencana, dll.⁵⁰

- Gaya Bahasa Tidak Resmi

Menurut Keraf, bentuk gaya bahasa tidak resmi dapat ditemukan dalam karya-karya tulis seperti buku, artikel, dll. Gaya bahasa tidak resmi berciri menggunakan bahasa tidak baku, EYD tidak lengkap, diksinya lebih sederhana, santai, konstruksi kalimatnya pendek atau singkat dan lebih bersifat umum.⁵¹

- Gaya Bahasa Percakapan

Menggunakan pilihan kata-kata populer (kata-kata yang sudah akrab dikenal masyarakat) dan kata-kata percakapan. Gaya bahasa ini menggunakan bahasa tidak baku, banyak menggunakan istilah asing, bahasanya cenderung singkat, serta banyak menggunakan kata seru dan kalimat langsung.⁵²

- b) Gaya bahasa berdasarkan nada, dijelaskan oleh Keraf bahwa gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Seringkali sugesti ini akan lebih nyata jika diikuti dengan

⁵⁰ Siswono, *Teori dan Praktik Diksi, Gaya Bahasa dan Pencitraan* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 33.

⁵¹ *Ibid*, hlm. 34.

⁵² *Ibid*.

sugesti suara dari pembicara. Beberapa jenis gaya bahasa berdasarkan nada⁵³, antara lain:

- **Gaya Bahasa Sederhana**

Gaya bahasa sederhana biasa digunakan dalam memberi instruksi, pelajaran, perkuliahan, penyampaikan fakta, pembuktian-pembuktian, dan sejenisnya.

- **Gaya Bahasa Mulia dan Bertenaga**

Gaya bahasa ini dilakukan dengan penuh energi karena biasanya bertujuan untuk menggerakkan emosi setiap pendengar melalui nada keagungan dan kemuliaan. Misalnya: khutbah, kesusahaaan, keagamaan, dan ketuhanan.

- **Gaya Bahasa Menengah**

Yaitu gaya bahasa yang digunakan dengan nada lemah lembut, penuh kasih sayang, dan memuat humor yang sehat supaya dapat memunculkan suasana senang dan damai bagi audiens. Gaya bahasa ini biasanya diterapkan dalam acara pertemuan, pesta, rekreasi, atau kegiatan-kegiatan sejenisnya.

- c) Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, Struktur kalimat dapat dijadikan sebagai landasan dalam menciptakan suatu gaya bahasa.

⁵³ Siswono, *Teori dan Praktik Diksi, Gaya Bahasa dan Pencitraan* (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 35.

Terdapat beberapa jenis gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat, diantaranya:⁵⁴

- Klimaks atau disebut juga dengan istilah gradasi, merupakan Gaya bahasa yang berisi urutan-urutan gagasan yang semakin lama kepentingannya semakin meningkat. Klimaks yang terdiri dari berbagai gagasan yang berturut-turut kepentingannya semakin tinggi disebut dengan istilah anabasis.
- Anti Klimaks, yaitu gaya bahasa yang mengandung urutan gagasan yang semakin lama semakin kurang penting. Penempatan gagasan penting di awal kalimat tersebut membuat anti klimaks dianggap tidak efektif karena mengakibatkan para audiens merasa tidak perlu lagi memerhatikan kalimat-kalimat berikutnya. Anti klimaks yang mengurutkan sejumlah gagasan menjadi semakin kurang penting disebut katabasis. Sedangkan jika ada gagasan yang penting lalu tiba-tiba ke sebuah gagasan yang sama sekali tidak penting, maka anti klimaks itu disebut batos.
- Paralelisme, merupakan gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam pemakaian kata atau frasa yang berfungsi sama dalam bentuk gramatikal yang sama pula. Gaya bahasa

⁵⁴ *Ibid*, 37.

paralelisme sangat bagus untuk ditonjolkan jika dalam jumlah yang wajar dan tidak terlalu banyak, yang justru dapat menyebabkan frasa menjadi kaku atau mati.

- Antitesis, ialah gaya bahasa yang mengandung gagasan saling bertentangan, yaitu menggunakan kata atau frasa yang berlawanan. Gaya bahasa antitesis biasanya muncul pada kalimat berimbang atau kalimat yang berisi dua bagian kalimat atau lebih yang berkedudukan sama tinggi atau sederajat.
- Repetisi, yaitu gaya bahasa yang berupa perulangan bunyi pada bagian-bagian kalimat, seperti suku kata atau kata yang dianggap penting untuk diberikan sebuah penekanan.⁵⁵

2. Gaya Suara

Gaya ini merupakan seni dalam berkomunikasi untuk menarik perhatian yang dapat dilakukan dengan cara berbicara menggunakan irama yang berubah-ubah sambil memberikan tekanan tertentu pada kata-kata yang memerlukan perhatian khusus. Cara kita mengeluarkan suara memberikan makna tambahan atau bahkan membelokkan makna kata, ungkapan atau kalimat.⁵⁶

⁵⁵ *Ibid*, hlm. 40.

⁵⁶ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 79.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam gaya suara, diantaranya:

a) *Pitch*

Pitch adalah tinggi rendahnya suara seorang pembicara.

Dalam ilmu musik, pitch disebut dengan tangga nada. Biasanya ada suara pembicara yang terlalu tinggi, terlalu rendah ataupun bervariasi (rendah, sedang dan tinggi), sesuai dengan penghayatan terhadap materi yang disampaikan.⁵⁷ Jangan menggunakan nada suara yang monoton karena dapat membuat audiens merasa bosan.

Dalam *pitch*, dikenal lima macam nada⁵⁸, antara lain:

- a. Nada naik atau meninggi, diberi tanda garis keatas (↑)
- b. Nada datar, diberi tanda garis lurus mendatar (↔)
- c. Nada turun atau merendah, diberi tanda garis kebawah (↓)
- d. Nada turun naik, yaitu nada merendah lalu meninggi, diberi tanda (∨)
- e. Nada naik turun, yaitu nada meninggi lalu merendah, diberi tanda (∧)

⁵⁷ Sulistyarini and Zainal, *Buku Ajar Retorika.*, hlm. 79.

⁵⁸ *Ibid.*

b) *Loudness*

Loudness merupakan nada suara yang berkaitan dengan keras atau tidaknya suara. Seorang pembicara harus mampu mengatur keras lunaknya suara yang dikeluarkan menyesuaikan situasi dan kondisi audiens yang dihadapi. Keras lembutnya suara dapat menekankan pada suatu hal yang penting sehingga audiens akan lebih mudah untuk memahaminya.⁵⁹

c) *Rate dan Rhythm*

Rate dan *rhythm* adalah kecepatan yang mengukur cepat lambatnya irama suara. Kecepatan bicara dipengaruhi oleh isi pesan, tingkat emosional dan intelektual pesan, serta besarnya ruangan.⁶⁰ Seorang pembicara harus mengatur kecepatan dan menyelaraskan suara dengan irama. Pendengar akan kesulitan dalam menangkap isi pesan apabila penyampaiannya terlalu cepat atau terlalu lambat.

d) *Pause* atau jeda

Jeda atau pause merupakan bagian dari *rate* atau kecepatan yang berfungsi sebagai pengontrol. Jeda berfungsi memberikan kesempatan kepada pendengar untuk mencerna dan memahami

⁵⁹ *Ibid.*

⁶⁰ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm. 83.

apa yang dikatakan oleh pembicara. Bagi pembicara, jeda memberinya peluang untuk berpikir, mencari kata yang paling tepat, dan merencanakan gagasan yang akan dikemukakan. Jeda juga dipergunakan sebagai pengatur tanda baca seperti titik, koma, atau titik koma dalam tulisan karena jika salah dalam penempatan jeda akan dapat merubah makna pada kalimat yang disampaikan.⁶¹

Jeda terbagi menjadi dua macam, yaitu jeda sendi dalam (*internal juncture*) dan jeda sendi luar (*open juncture*)⁶². Jeda sendi dalam menunjukkan batasan antar suku kata yang biasanya diberi tanda tambah (+), misalnya kata ‘penting’ jedanya dapat digambarkan menjadi [pen+ting]. Sedangkan jeda sendi luar menunjukkan batasan yang lebih besar daripada suku kata dan terbagi atas tiga jenis, yaitu jeda antar kata dalam frasa dilambangkan dengan garis miring tunggal (/), jeda antar frasa dalam klausa dilambangkan dengan garis miring ganda (//), dan jeda antar kalimat dalam wacana ysng diberi tanda pagar (#).⁶³

3. Gaya Gerak Tubuh

Selain gaya bahasa dan suara, gerak tubuh seorang pembicara juga menjadi perhatian para pendengarnya. Gerak tubuh digunakan

⁶¹ Sulistyarini and Zainal, *Buku Ajar Retorika.*, hlm. 80.

⁶² *Ibid.*

⁶³ *Ibid.*

sebagai isyarat untuk mendukung perkataan dari pembicara supaya lebih meyakinkan pendengar. Gaya ini meliputi sikap badan, penampilan dan pakaian, ekspresi wajah dan gerakan tangan, serta pandangan mata.⁶⁴ Selain berguna untuk menyampaikan makna, gerak tubuh juga dapat menimbulkan respon atau tanggapan dari audien, karena pada dasarnya hal-hal yang sifatnya bergerak akan lebih menarik perhatian. Berikut merupakan macam-macam gerak tubuh seseorang dalam berkomunikasi, diantaranya:

a) Sikap Badan

Sikap badan selama berbicara (terutama pada awal pembicaraan) baik dalam keadaan duduk ataupun berdiri sangat menentukan keberhasilan penampilan seseorang saat menjadi seorang komunikator atau pembicara. Sikap badan dapat menimbulkan berbagai penafsiran dari audiens untuk menggambarkan gejala-gejala penampilan pembicara.

b) Penampilan dan Pakaian

Gerak penyerta (*body action*) juga menjadi hal penting dalam retorika. Penyerta adalah suatu keadaan yang mengikuti atau terjadi secara spontan tanpa dibuat-buat dan sesuai dengan keadaan hati dan emosi pada saat kita melakukan sesuatu. Selain

⁶⁴ Kholid Noviyanto dan Sahroni A. Jaswadi, “Gaya Retorika Da’i dan Perilaku Memilih Penceramah”, Jurnal Komunikasi Islam Volume 04 Nomor 01, Juni 2014, hlm. 127.

itu, penggunaan pakaian juga menjadi perhatian. Sebagian orang berpendapat bahwa pemilihan pakaian akan menambah kewibawaan seorang pembicara, namun masih banyak mubaligh yang kurang memerhatikan gaya berpakaian saat menyampaikan dakwahnya.

c) Ekspresi Wajah dan Gerak Tangan

Penggunaan ekspresi yang tepat dapat mendukung penampilan seorang pembicara, bahkan dapat memikat perhatian dan menyentuh perasaan audiens. Ekspresi wajah merupakan salah satu alat penting yang digunakan pembicara dalam berkomunikasi secara non verbal yang meliputi penggunaan alis, mata, dan mulut untuk berekspresi. Demikian pula dengan gerakan tangan yang dapat menjadi pendukung keberhasilan dakwah, karena gerakan tangan dapat membuat gambar abstrak dari materi yang disampaikan sehingga memudahkan audiens dalam memahaminya.

d) Pandangan Mata

Pandangan mata atau kontak mata merupakan gaya yang digunakan untuk menarik perhatian audiens. Kontak mata dapat menunjukkan pada orang lain bagaimana perasaan kita terhadap orang lain. Kontak mata yang baik dapat memberikan manfaat bagi pembicara maupun audiens, diantaranya membantu audiens

untuk lebih berkonsentrasi, menambah keyakinan audiens terhadap pembicara, dan membantu menambah wawasan respon audiens terhadap pembicara.

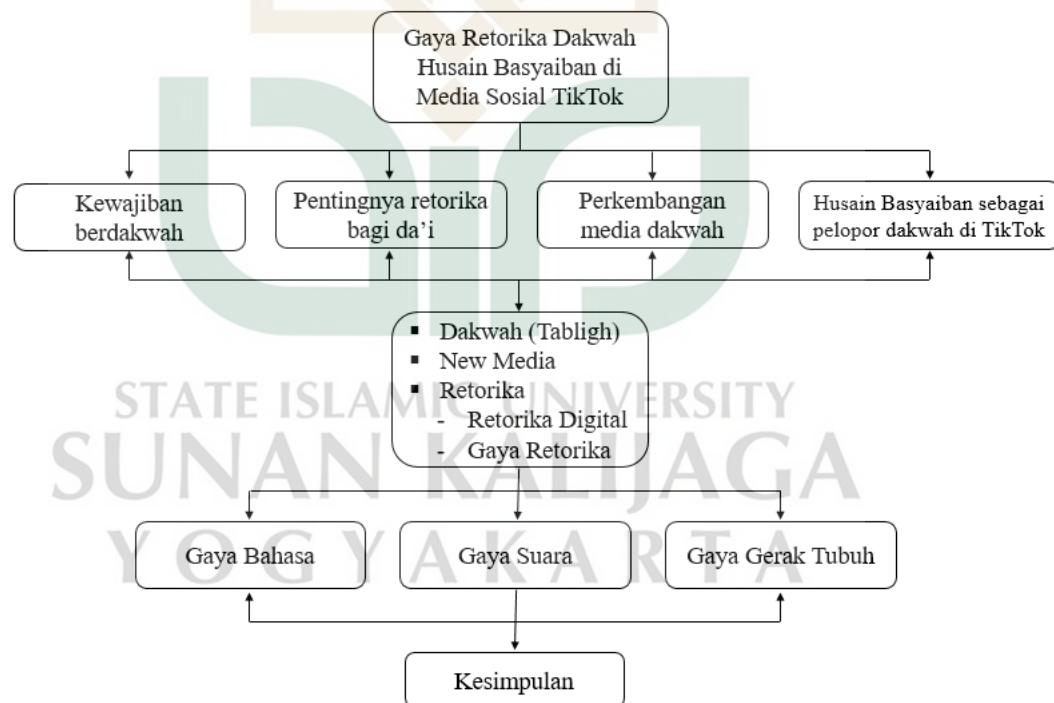
F. Kerangka Berpikir

Dakwah merupakan salah satu kewajiban bagi setiap muslim, karena dakwah menjadi salah satu sarana penting dalam proses perkembangan dan kemajuan Islam. Dalam aktivitas dakwah, kepiawaian bertutur kata seorang da'i atau mubaligh dalam menyampaikan dakwah terutama dakwah secara lisan (*dakwah bil lisan*) menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan dakwah.

Selain itu, Penggunaan media juga penting dalam penyampaian dakwah untuk menjangkau lebih banyak khalayak. Seiring dengan kemajuan teknologi, banyak media baru seperti media sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana berdakwah, salah satunya adalah TikTok yang merupakan media sosial berbagi video berdurasi singkat yang sangat populer saat ini. Aplikasi TikTok dapat digunakan oleh para penggunanya untuk menonton maupun mengunggah berbagai jenis konten video mulai dari konten edukasi, hiburan, video kreatif, inspiratif, dan berbagai konten menarik lainnya. Bahkan tak sedikit pengguna yang memanfaatkannya sebagai media berdakwah, salah satunya adalah Husain Basyaiban yang merupakan seorang da'i muda asal Madura sekaligus dikenal sebagai pelopor dakwah di media sosial TikTok dengan lebih dari lima juta

pengikut di akun TikToknya @basyasman00 dan berbagai komentar positif di setiap postingannya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teori utama yaitu dakwah (tabligh), new media, dan retorika (retorika digital dan gaya retorika) untuk menjawab rumusan masalah mengenai gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media social TikTok dengan mengidentifikasi gaya bahasa, gaya suara dan gaya gerak tubuh dari empat video dakwah yang dijadikan sebagai sampel penelitian, dan kemudian diambil kesimpulan dari hasil analisis yang didapatkan. Adapun bagan alur kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Berpikir

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yaitu metode penelitian yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami.⁶⁵ Bogdan dan Taylor (1982) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara *holistic* atau keseluruhan.⁶⁶ Penelitian kualitatif lebih fokus untuk melakukan pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah daripada melihat permasalahan untuk kepentingan generalisasi.⁶⁷

2. Subyek Dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sesuatu yang diteliti, baik berupa orang, benda, ataupun lembaga organisasi. Maka, untuk subyek pada penelitian ini penulis mengambil sampel empat video dakwah Husain Basyaiban di akun TikToknya @basyasman00 yang diunggah dalam rentang bulan Maret hingga awal April dan memiliki jumlah penonton cukup banyak serta tema pembahasan yang sedang ramai di media sosial pada saat itu, yaitu video dakwah tentang pernikahan beda agama (5,6 juta), roh kudus dalam Islam

⁶⁵ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Syakir Media Pers, 2021), hlm. 30.

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ *Ibid*, hlm. 32.

(707 ribu), larangan merekam orang berzina (700 ribu), dan video dakwah tentang kewajiban membayar hutang puasa (18,1 juta). Sedangkan obyek penelitian adalah hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian. Maka, obyek pada penelitian ini adalah gaya retorika yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam konten dakwah di akun TikToknya @basyasman00.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

a. Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber utama penelitian. Dalam penelitian ini, data primer berasal dari Video-video dakwah Husain Basyaiban di akun tiktoknya @basyasman00.

b. Sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari berbagai sumber atau referensi yang telah ada sebelumnya dan digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Data sekunder dapat dikumpulkan melalui berbagai sumber seperti buku, jurnal, internet, atau data pendukung lainnya yang terkait dengan tema penelitian.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap obyek penelitian. Kegiatan observasi dilakukan dengan melihat aktivitas, kejadian, peristiwa, obyek maupun kondisi suatu organisasi untuk mendapatkan gambaran dari suatu peristiwa atau kejadian yang akan diteliti. Adapun bentuk observasi terbagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan. Observasi partisipan dilakukan peneliti dengan cara terlibat langsung di dalam sebuah organisasi atau masyarakat. Sedangkan observasi non partisipan ialah kebalikannya, yaitu peneliti sebagai pengamat dari luar.⁶⁸ Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan terhadap Husain Basyaiban melalui berbagai media, terutama TikTok untuk mengetahui gaya retorika dakwah yang digunakannya.

b. Dokumentasi

Dokumentasi ialah pencarian data yang berupa catatan, transkrip, buku, jurnal, dan sebagainya yang bisa digunakan sebagai informasi tambahan. Pada penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mencari informasi mengenai masalah yang akan diteliti dari berbagai

⁶⁸ Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), hlm. 153.

sumber lain seperti buku, jurnal, website dan beberapa media sosial yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang akan diteliti, kemudian di transkripkan atau di *screenshot* dan dikumpulkan sebagai bahan penelitian dan dokumentasi.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Noeng Muhamdijir (1998: 104) analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain.⁶⁹ Menurut Miles dan Huberman, proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif atau berlangsung secara terus menerus dan berulang-ulang sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh, yang dilakukan dengan tiga tahapan⁷⁰, yaitu:

a. Reduksi Data

Data-data yang didapatkan dari lapangan tentu jumlahnya cukup banyak sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci, serta perlu dilakukan analisis data dengan reduksi data. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, sehingga mempermudah peneliti

⁶⁹ Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah Vol. 17 No. 33 Januari – Juni 2018, hlm. 84.

⁷⁰ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Syakir Media Pers, 2021), hlm. 160.

dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.⁷¹ Hasil reduksi data selanjutnya dinarasikan, diambil kesimpulan akhir dan verifikasi.

b. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan menyusun sekumpulan informasi yang didapat sebelumnya, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Bentuk-bentuk tersebut menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya melakukan analisis kembali.⁷²

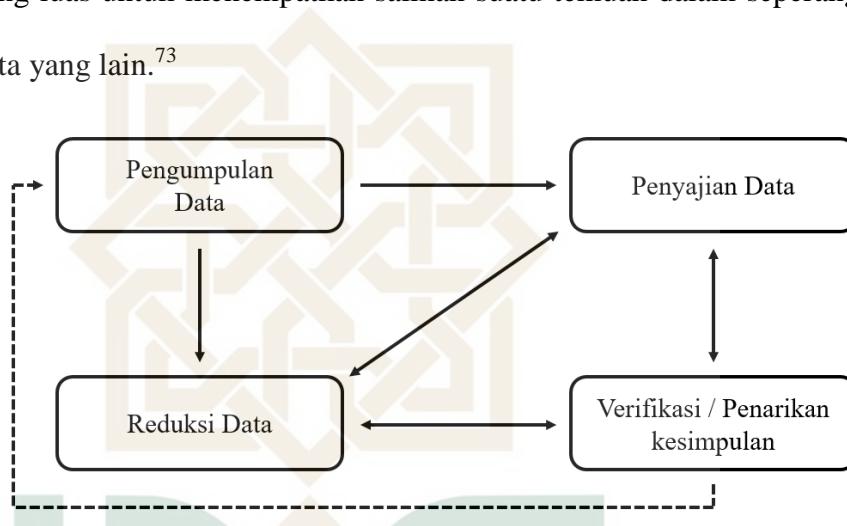
c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi Data

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Kesimpulan-kesimpulan itu juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan

⁷¹ *Ibid*, hlm. 161.

⁷² Ahmad Rijali, *Analisis Data Kualitatif*, Jurnal Alhadharah Vol. 17 No. 33 Januari – Juni 2018, hlm. 94.

cara: (1) memikir ulang selama penulisan, (2) tinjauan ulang catatan lapangan, (3) tinjauan kembali dan tukar pikiran antar teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan inter-subjektif, (4) upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain.⁷³



Gambar 1.2 Model Analisis Data Miles dan Huberman

6. Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan standar kebenaran data penelitian yang menekankan pada informasi dari sikap dan banyaknya orang. Data atau temuan penelitian kualitatif dinyatakan valid jika tidak memiliki perbedaan antara apa yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian dengan apa yang dilaporkan peneliti dalam penelitian.⁷⁴

⁷³ *Ibid.*

⁷⁴ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Solo: Cakra Books, 2014), hlm: 176-177.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi waktu yaitu teknik yang digunakan untuk validitas data yang berkaitan dengan perubahan suatu proses dan perilaku manusia, karena perilaku manusia mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Triangulasi waktu dapat dilakukan dengan melakukan pengecekan kembali terhadap data kepada sumber dan tetap menggunakan teknik yang sama, namun dengan waktu atau situasi yang berbeda.⁷⁵ Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dan membandingkan data dari sepuluh lebih video di media sosial seperti YouTube yang mewawancara Husain Basyaiban dari berbagai rentang waktu yang berbeda dengan pertanyaan yang serupa dan menghasilkan jawaban yang sama pula. Misalnya saat Husain diberikan pertanyaan mengenai alasan dan awal mula berdakwah di TikTok, ia selalu menjawab dengan jawaban yang serupa, begitu juga dengan pertanyaan-pertanyaan lainnya. Data informasi yang diperoleh dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, kemudian dikategorikan, serta dispesifikasikan sehingga dapat menghasilkan satu kesimpulan.

⁷⁵ Arnild Augina Mekarisce, “Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat”, Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat Vol. 12 Edisi 3, (Jambi: Universitas Jambi, 2020), hlm. 151.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika pembahasan menjadi empat bab yang saling terkait satu sama lain. Gambaran isi dari masing-masing bab sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Berisi penjelasan umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: Gambaran Umum Akun Tiktok Husain Basyaiban Dan Profil Husain Basyaiban

Berisi tentang gambaran umum akun TikTok Husain Basyaiban yang meliputi uraian mengenai media sosial TikTok dan akun TikTok Husain Basyaiban, serta profil Husain Basyaiban.

BAB III: Retorika Dakwah Husain Basyaiban di Media Sosial TikTok

Berisi paparan transkrip rekaman video dakwah Husain Basyaiban di akun TikToknya @basyasman00 dan hasil analisis gaya retorika dakwah Husain Basyaiban di media sosial TikTok.

BAB IV: Penutup

Berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang diberikan oleh penulis.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis menggunakan kaidah retorika dakwah yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Husain Basyaiban menerapkan unsur-unsur gaya retorika yang meliputi gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh pada keseluruhan video dakwah di akun TikTok @basyasman00 dengan baik dan bervariasi. Dari segi gaya bahasa, terdapat tiga bentuk penggunaan gaya bahasa yakni gaya bahasa berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa berdasarkan nada, dan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam keseluruhan video dakwahnya di TikTok adalah gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa tak resmi banyak digunakan Husain ketika sedang menjelaskan materi dakwahnya sehingga akan mudah untuk dipahami audiensnya dari semua kalangan. Sedangkan gaya bahasa percakapan banyak digunakan ketika Husain sedang memberikan contoh dengan memperagakan layaknya orang yang sedang bercakap-cakap dengan bahasa populer dan terkini supaya generasi muda juga tertarik dengan konten-konten dakwah, karena sebagian besar audiens atau *follower* Husain berasal dari kalangan

anak muda. Selanjutnya terdapat gaya bahasa yang digunakan oleh Husain Basyaiban yakni gaya bahasa sederhana, gaya bahasa mulia dan bertenaga, serta gaya bahasa menengah. Ketiganya digunakan Husain dalam berdakwah sesuai dengan tema pembahasan. Selain itu Husain juga menggunakan gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yaitu gaya bahasa klimaks dan gaya bahasa repetisi yang berfungsi untuk memberikan penekanan pada bagian-bagian yang penting.

Dari segi gaya suara, Husain Basyaiban sangat memerhatikan jeda dan nada (*pitch*) dalam menyampaikan dakwahnya, sehingga membuat para audiens nyaman selama mendengarkan materi dakwahnya. Penggunaan nada yang bervariasi dan terkadang menggunakan logat maduranya yang khas menjadikan Husain sangat dikenal oleh para pengguna TikTok khususnya kaum muda sebagai da'i muda kekinian. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa jeda yang digunakan Husain Basyaiban dalam video dakwahnya adalah jeda sendi luar yang menunjukkan jeda antarkata dalam frasa (/) dan jeda antar frasa dalam klausa (//). Sedangkan untuk *pitch* (tinggi rendahnya suara), *loudness* (kenyaringan suara), dan *rate* serta *rhythm* yang digunakan Husain Basyaiban sangat bervariasi menyesuaikan tema pembahasan yang disampaikan.

Dari segi gaya gerak tubuh yang dilakukan Husain Basyaiban dalam berdakwah di TikTok sangat beragam, dimana gaya gerak tubuh akan melengkapi gaya bahasa dan gaya suara dalam berdakwah sehingga audiens akan tertarik untuk menonton hingga akhir dan dakwah yang disampaikan juga akan lebih mudah untuk diterima dan dipahami. Gaya gerak tubuh yang ditampilkan Husain

Basyaiban dalam konten dakwahnya ialah sikap badan yang duduk dengan santai, penampilan dan pakaian yang sederhana dan santai, ekspresi wajah dan gerakan tangan yang bervariasi, serta pandangan mata yang lebih sering menatap ke kamera yang membuat audiens seperti sedang berbicara secara langsung sehingga pesan dakwah yang disampaikan akan mudah untuk mempengaruhi banyak orang.

B. Saran

Peneliti sangat menyadari atas ketidak sempurnaan penelitian ini, maka peneliti sangat berharap kepada para pembaca agar dapat memberikan masukan, saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi para da'i muda, lanjutkan dan terus kembangkan wawasan agama yang dimiliki untuk disebarluaskan kepada banyak orang supaya dapat berpengaruh positif dan menjadi panutan para da'i di masa mendatang.
2. Saran untuk perkembangan akun TikTok Husain Basyaiban agar semakin sering mengunggah video-video dakwah dengan berbagai tema yang menarik, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan agama yang sedang ramai di media sosial supaya semakin banyak yang tertarik dengan konten dakwah sehingga dapat bermanfaat bagi banyak orang.

3. Bagi peneliti selanjutnya, pelajari dan perbanyak referensi mengenai retorika dakwah dan perkembangan media supaya materi yang didapat semakin luas dan berkembang.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*. ttp: Syakir Media Pers, 2021.
- Amelia, Riska. "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten TikTok". Skripsi. Jambi: UIN Sulthan Thaha Saifuddin, 2021. (<http://repository.uinjambi.ac.id/6794/>)
- Amin, Nashichun dan Sayidah Afyatul Masruroh. "Model Retorika Ahmad Muwafiq Pada Channel YouTube Gus Muwafiq Official Edisi 15 November 2020". Jurnal Spektra Komunika, Volume 1 No. 1 Februari 2022. Jombang: Universitas Hasyim Asy'ari, 2022. (<http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/spektra/article/view/2348>)
- Amin, Samsul Munir. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: AMZAH, 2013.
- Asriadi. "Retorika Sebagai Ilmu Komunikasi Dalam Berdakwah". Al-Munzir Vol. 13. No. 1 Mei 2020.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah Cet.1*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah Cet.6*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Eyman, Douglas. *Digital Rhetoric: theory, method, practice*. United States of America: University Of Michigan Press, 2015.
- Hasanah, Umdatul. *Retorika Dakwah Kontemporer*. Banten: Media Madani, 2020.
- Hayati, Dinda Rizky. "Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Oleh Ikhwan Mukhlis". Skripsi. Purwokerto: UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri, 2021. (<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/11907/>)
- <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> Ginee.com, diakses pada tanggal 5 Maret 2022 pukul 09.15 WIB.
- <https://instagram.com/muta.indonesia?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Akun Instagram @muta.indonesia, diakses pada 6 Mei 2022 pukul 09.42 WIB.
- <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/bertemu-kreator-tiktok-husain-basyaiban-ketua-dpd-ri-dorong-milenial-melek-politik>, diakses pada 26 Juli 2022 pukul 17.08 WIB.

<https://lampung.idntimes.com/life/inspiration/rohmah-mustaurida/ternyata-ini-awal-kisah-husain-basyaiban-jadi-pendakwah-muda-populer>

Lampung.idntimes.com , diakses pada 11 April 2022 pukul 14.02 WIB.

<https://pubiway.com/tik-tok-berasal-dari-mana/> Pubiway.com, diakses pada 25 Maret 2022 pukul 10.59 WIB.

<https://support.tiktok.com/id/using-tiktok/creating-videos/stitch> TikTok, diakses pada 28 Maret 2022 pukul 12.25 WIB.

<https://vt.tiktok.com/ZSd4aRe2E/> Akun TikTok Husain Basyaiban, diakses pada Rabu, 18 Mei 2022 pukul 11.40 WIB.

<https://vt.tiktok.com/ZSdJrTSjC/> Akun TikTok Husain Basyaiban, diakses pada 11 Maret 2022 pukul 22.43 WIB.

<https://vt.tiktok.com/ZSRd8HKDB/?k=1> Akun TikTok @Syaa__, diakses pada 9 Juli 2022 pukul 17.32 WIB.

<https://youtu.be/7Ykj7FEzNI> Kanal YouTube Seputar iNews, diakses pada 8 April 2022 pukul 10.26 WIB.

<https://youtu.be/duBQgxIMnoQ> Kanal YouTube Abdulbasith Musf, diakses pada 28 Maret 2022 pukul 11.50 WIB.

<https://youtu.be/ejOwTY-7Z88> Kanal YouTube CHPodcast, diakses pada 11 Mei 2022 pukul 22.05 WIB.

<https://youtu.be/It9XwQGLTxE> Kanal YouTube Gus Hamid Podcast, diakses pada 22 Juli 2022 pukul 21.30 WIB.

<https://youtu.be/jSxBnZQn4Yk> Kanal YouTube Ngopibareng Pintulangit, diakses pada 4 Mei 2022 pukul 09.45 WIB.

Irfan, Muh. dan Jusratul Aini. "Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah T.G.K.H. Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah Ke-70—80 NWDI di Pancor". *Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2019. (<https://jurnal.ppb-sip.org/index.php/bahasa/article/download/37/25>).

Ishak, Saidulkarnain. *Dakwah Sambil Ngenet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.

Ismail, Ilyas. *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. Jakarta: Kencana, 2018.

- Kurnia, Novi. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi Terhadap Teori Komunikasi". *MEDIATOR*, Vol. 6 No.2 Desember 2005.
- Kusnawan, Aep dkk. *Komunikasi dan Penyiaran Islam; Mengembangkan Tabligh Melalui Mimbar, Media Cetak, Radio, Televisi, Film, dan Media Digital*. Bandung: Benang Merah Pers, 2004.
- Luth, Thohir. *M. Natsir: Dakwah dan Pemikirannya*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Mekarisce, Arnild Augina. "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat". *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* Vol. 12 Edisi 3. Jambi: Universitas Jambi, 2020.
- Munir, Muhammad dan Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Noviyanto, Kholid dan Sahroni A. Jaswadi. "Gaya Retorika Da'I dan Perilaku Memilih Penceramah". *Jurnal Komunikasi Islam* Volume 04 Nomor 01, Juni 2014.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Puspita, Yesi. "Pemanfaatan new media dalam memudahkan komunikasi dan transaksi pelacur gay". *Jurnal Pekommas*, Vol. 18 No. 3, Desember 2015. Padang: Universitas Andalas, 2015.
- Rafiq, Mohd. "Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah". *jurnal Fitrah* Vol. 01 No. 1 Januari – Juni, 2015.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Ridla, M. Rasyid, Afif Rifa'i dan Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah: Sejarah, Perspektif, dan Ruang Lingkup*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2017.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif". *Jurnal Alhadharah* Vol. 17 No. 33 Januari – Juni 2018.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.
- Siswono. *Teori dan Praktik Diksi, Gaya Bahasa dan Pencitraan*. Yogyakarta: Deepublish, 2014.
- Sulistyarini, Dhanik dan Anna Gustina Zainal. *Buku Ajar Retorika*. Banten: CV. AA. Rizky, 2020.

Surahman, Mochamad Rachmat, dan Sudibyo Supardi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.

