

**ANALISIS RETORIKA DAKWAH DZAWIN NUR IKRAM DALAM
KONTEN “LELAH DAN MENYERAH AMPUN” KULIAH ANTUM DI
YOUTUBE**



SKRIPSI

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

Diajukan oleh:

Teguh Wicaksono

NIM 21102010109

Pembimbing:

Taufik Rahman, M.Sos.

NIP 198612152020121003

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2025**



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-1374/Urt.02/DD/PP.00.9/09/2025

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS RETORIKA DAKWAH DZAWIN NUR IKRAM DALAM KONTEN "LELAH DAN MENYERAH AMPUN" KULIAH ANTUM DI YOUTUBE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TEGUH WICAKSONO
Nomor Induk Mahasiswa : 21102010083
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Agustus 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Pengaji I

Drs. Muhammad Sahlan, M.Si
SIGNED



Yogyakarta, 20 Agustus 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Miftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

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

Assalamualaikum wr.wb.

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

Nama	:	Teguh Wicaksono
NIM	:	21102010083
Jurusan	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Proposal	:	Analisis Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Konten "Lelah dan Menyerah Ampun" Kuliah Antum di YouTube

Setelah dapat diajukan dan didaftarkan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025

Mengetahui,

Dosen Pembimbing,

Ketua Program Studi,

Saptomi, M.A.
NIP. 19730221 199903 1 002

Taufik Rahman, M.Sos.
NIP. 19861215 202012 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Teguh Wicaksono
NIM	:	21102010083
Jurusan	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Konten "Lelah dan Menyerah Ampun" Kuliah Antum di YouTube" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagirisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

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

Yogyakarta, 13 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Teguh Wicaksono
NIM 21102010083

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil ‘aalamiin, dengan rasa syukur yang mendalam, peneliti mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, dan keberkahan-Nya selama perjalanan penelitian ini. Tidak lupa pula menghaturkan sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Peneliti mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua yang sangat peneliti cintai dan sayangi, Almarhum Bapak Sugiyanto dan Ibu Syukriah. Peneliti mengucapkan terima kasih telah menjadi asalan peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini dengan cinta, dukungan, dan doa yang tidak ada hentinya.

Peneliti mempersembahkan juga skripsi ini untuk saudara sedarah peneliti, Anida Eka Utami dan M. Fawazul Haq. Dengan adanya kalian berdua yang selalu menghibur dan memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya juga skripsi ini dapat diselesaikan.

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada keluarga besar peneliti di Pamarayan dan di Kaligesing yang selalu mendoakan dan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Kontrakan Hijau dan teman-teman SMA dan MTs

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada teman-teman Hikmasy, LPM Rhetor, KPI 21. Dengan dukungan kalian penelitian ini dapat diselesaikan.

Tidak lupa pula peneliti mengucapkan terima kasih kepada almamater, Program
Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

“Buatlah hidupmu menjadi happy ending”

-Teguh Wicaksono-

“Kesempatan tidak datang dua kali, tapi kesempatan datang kepada mereka yang

tidak pernah berhenti mencoba”

-Dzawin Nur Ikram-

“Saat kamu terbangun di pagi hari kamu mempunyai dua pilihan yaitu bangun
untuk mewujudkan mimpimu atau tidur untuk melanjutkan mimpimu”

-Cristiano Ronaldo dos Santos Aveiro



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji bagi Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya, sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram dalam konten “Lelah dan Menyerah Ampun” Kuliah Antum di YouTube” dengan baik. Tak lupa pula, sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam menyusun skripsi ini, banyak pihak telah memberikan dukungan, arahan, dan bantuan. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, Sag.,M.A., M. Phill.,Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saptoni, M.A. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga, terima kasih atas bimbingan, bantuan, dan arahan yang sangat berarti dalam perjalanan akademik saya.
4. Ibu Seiren Ikhtiara, M.A. selaku dosen penasihat akademik terimakasih atas waktu, ilmu, dan dedikasi yang telah diberikan dalam bimbingan dan arahkannya selama ini.

5. Bapak Taufik Rahman, M.Sos. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan berharga dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu, energi, dan kesabaran untuk membimbing serta memberikan dorongan yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses penelitian.
6. Segenap civitas academica Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah bersedia membagi ilmu dan pengalaman yang dimilikinya.
7. Kedua orang tua tercinta, Almarhum Bapak Sugiyanto dan Ibu Syukriah, terima kasih tak terhingga atas segala doa, dukungan, dan pengorbanan selama ini. Bapak dan Ema adalah sumber kekuatan dan inspirasi terbesar bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Kakak dan adikku tersayang Anida Eka Utami, M. Fawazul Haq yang selalu memberikan support dan doa.
9. Kepada sosok yang sangat penting kehadirannya, dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, selalu ada menemanı, mendukung, mendengar semua keluh kesah, dan menjadi support system penulis di hari-hari penulis yang tidak mudah dalam proses penyelesaian penelitian ini. Terimakasih telah banyak berkontribusi baik tenaga, waktu, pikiran dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah dalam segala hal terutama penyelesaian penelitian ini. Terimakasih sudah selalu ada.

10. Terima kasih kepada keluarga besar peneliti di Pamarayan dan di Kaligesing yang selalu mendoakan dan dukungan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
11. Terima kasih kepada teman-teman Kontrakkan Hijau dan teman-teman SMA dan MTs.
12. Terima kasih kepada teman-teman Hikmavy, LPM Rhetor, KPI 21. Dengan dukungan kalian penelitian ini dapat diselesaikan.
13. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri Teguh Wicaksono sudah bertahan dan hidup sampai saat ini, semoga diri ini selalu diberikan kesehatan, kecerdasaan, pengetahuan, iman, taqwa, kebahagian, rezeki yang cukup untuk membeli apapun dan jalan-jalan kemanapun.



ABSTRAK

Teguh Wicaksono, 21102010083. Analisis Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Konten “Lelah dan Menyerah Ampun” Kuliah Antum di YouTube, skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Perkembangan media digital telah mengubah cara dakwah yang disampaikan, dari metode konvensional menjadi kreatif, interaktif, dan mudah untuk diakses melalui berbagai platform digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana retorika dakwah Dzawin Nur Ikram dalam konten “Lelah dan Menyerah Ampun” pada kanal YouTube @DzawinNur. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena dakwah kontemporer yang memanfaatkan media digital, khususnya YouTube, sebagai ruang penyampaian dakwah kepada masyarakat, terutama generasi muda. Dzawin Nur Ikram dikenal sebagai komika yang sekaligus pendakwah memadukan unsur humor dan dakwah dalam konten tersebut dengan gaya yang santai namun tetap memiliki makna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus, menggunakan pendekatan analisis semiotika Ferdinand de Saussure yang memfokuskan pada dua unsur tanda, yakni penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), serta teori retorika Aristoteles dengan tiga unsur utama, yaitu ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika). Data diperoleh melalui dokumentasi, dan studi pustaka terhadap video dakwah “Lelah dan Menyerah Ampun”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dzawin Nur Ikram memanfaatkan ketiga unsur retorika Aristoteles secara seimbang. Ethos dibangun melalui kredibilitas keilmuan agama yang ditunjukkan dengan penggunaan istilah bahasa Arab, kutipan hadits, dan pepatah ulama. Pathos diwujudkan dengan pendekatan humor, intonasi suara, dan gaya komunikasi yang akrab untuk membangun hubungan emosional dengan audiens. Logos disampaikan melalui argumentasi logis yang mudah dipahami oleh audiens untuk memperkuat isi pesan dakwah. Selain itu, melalui pendekatan semiotika, ditemukan bahwa Dzawin menggunakan berbagai tanda baik verbal maupun nonverbal yang menuntun audiens pada interpretasi makna dakwah secara lebih mendalam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Dzawin Nur Ikram berhasil memadukan dakwah, humor, dan seni retorika secara kreatif dalam membangun komunikasi yang efektif di era digital.

Kata Kunci: **Retorika Dakwah, Ethos, Pathos, Logos, Semiotika, Ferdinand De Saussure, Dzawin Nur Ikram, YouTube**

ABSTRACT

Teguh Wicaksono, 21102010083. Rhetorical Analysis of Dzawin Nur Ikram's Da'wah in the Content "Lelah dan Menyerah Ampun" Kuliah Antum on YouTube. Undergraduate Thesis, Department of Communication and Islamic Broadcasting, Faculty of Da'wah and Communication.

The development of digital media has transformed the method of preaching (da'wah), shifting from conventional approaches to more creative, interactive, and easily accessible formats through various digital platforms. This study aims to examine the rhetorical strategies employed by Dzawin Nur Ikram in the content "Lelah dan Menyerah Ampun" on the YouTube channel @DzawinNur. The research is motivated by the phenomenon of contemporary da'wah utilizing digital media, particularly YouTube, as a space to deliver religious messages to society, especially the younger generation. Dzawin Nur Ikram, known both as a comedian and preacher, combines humor with religious preaching in a casual yet meaningful manner. This study employs a qualitative case study approach using Ferdinand de Saussure's semiotic analysis, which focuses on two elements of signs—signifier and signified—combined with Aristotle's rhetorical theory consisting of three key elements: ethos (credibility), pathos (emotion), and logos (logic). Data were collected through documentation and literature study of the video "Lelah dan Menyerah Ampun." The findings show that Dzawin Nur Ikram effectively employs the three Aristotelian rhetorical appeals in a balanced way. Ethos is established through religious authority by using Arabic terms, quoting hadīṣ, and referencing 'ulamā' sayings. Pathos is manifested through humor, vocal intonation, and an engaging communication style that builds emotional connection with the audience. Logos is presented through logical arguments that are simple and easily understood to strengthen the message of da'wah. Furthermore, through semiotic analysis, it was found that Dzawin employs both verbal and non-verbal signs that guide the audience toward deeper interpretations of religious meaning. This study concludes that Dzawin Nur Ikram successfully integrates da'wah, humor, and the art of rhetoric in a creative manner, constructing effective communication in the digital era.

Keywords: *Da'wah Rhetoric, Ethos, Pathos, Logos, Semiotics, Ferdinand de Saussure, Dzawin Nur Ikram, YouTube.*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Kajian Pustaka.....	7
F. Kerangka Teori.....	11
1. Retorika Aristoteles Kredibilitas, Emosi, Logika	11
2. Retorika Dakwah.....	19
3. Semiotika Ferdinand De Saussure Signifier dan Signified	25
G. Metode Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian	29
2. Teknik Pengumpulan Data	30
3. Subjek Dan Objek Penelitian	32
4. Sumber Data	32
5. Analisis Data	33
H. Sistematika pembahasan	34
BAB II GAMBARAN UMUM	Error! Bookmark not defined.
A. Biografi Dzawin Nur.....	Error! Bookmark not defined.

B. Sekilas Tentang Channel Dzawin Nur Ikram	Error! Bookmark not defined.
C. Konten Lelah dan Menyerah AmpunError! Bookmark not defined.
BAB III HASIL DAN PEMBAHASANError! Bookmark not defined.
A. Temuan PenelitianError! Bookmark not defined.
B. Analisis Temuan Penelitian Menggunakan Analisis Semiotika Ferdinand de SaussureError! Bookmark not defined.
C. Relevansi Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Video Lelah Dan Menyerah Ampun Di Youtube Dengan Retorika Aristoteles	Error! Bookmark not defined.
BAB IV 36
PENUTUP 36
A. Kesimpulan 36
B. Saran 37
DAFTAR PUSTAKA 38



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2. 1 Dzawin ketika Stand Up Comedy**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 3 Screenshot Channel YouTube Dzawin Nur Ikram**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 4 Spotify Dzawin.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 5 Screenshot X Dzawin Nur Ikram**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 6 Screenshot Instagram Dzawin Nur Ikram**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 7 Screenshot Tiktok Dzawin Nur Ikram**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2. 2 Screenshot Dzawin Nur Ikram ketika menjadi Ustadz Nur Cahya yang sedang melakukan dakwah di konten Kuliah Antum yang berjudul Lelah dan Menyerah Ampun.....**Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

- Tabel 3. 1 Lelah dan Menyerah Ampun.....**Error! Bookmark not defined.**
 Tabel 3. 2 Ringkasan Data**Error! Bookmark not defined.**



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan media dakwah saat ini telah beralih dari konvensional menuju ruang digital, hal tersebut ditandai dengan berkembangnya konten-konten dakwah melalui berbagai macam platform di media sosial. Dakwah adalah kegiatan menyeru dan mengajak manusia pada jalan kebenaran, fenomena dakwah hari ini berkembang begitu cepat dan dinamis dengan kehadiran teknologi informasi dan internet, sehingga dakwah bisa dilaksanakan di dunia maya. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bagaimana fenomena dakwah yang terjadi di dunia maya, terutama di media YouTube.¹

Dari penelitian yang dilakukan oleh Anis Marti, Ahmad Khairul Nuzuli dan Aan Firtanosa,² penelitian yang mereka lakukan terhadap lima informan. Ke-lima informan tersebut cenderung memilih untuk mendengarkan dakwah melalui platform YouTube, terutama konten yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Mereka lebih menyukai metode dakwah yang disampaikan dalam bentuk contoh dan keteladanan, serta konten yang menarik dan relevan dengan kehidupan mereka. Meskipun banyak remaja yang menyukai dakwah, hanya sebagian kecil yang mendengarkannya secara teratur.

¹ Agung Tirta Wibawa, ‘Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube’, *Sustainability (Switzerland)*, 11.1 (2019), 1
<https://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/rasi/article/view/23/31>.

² Anis Marti, Ahmad Khairul Nuzuli, and Aan Firtanosa, ‘Peran Video Dakwah Di Youtube Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan Pada Remaja Di Era Digital’, *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.2 (2023), 130–32 <https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3994>.

Dalam proses dakwah, kemampuan retorika menjadi aspek penting yang tidak dapat dipisahkan. Retorika merupakan seni berbicara dan menyampaikan pesan secara persuasif dengan tujuan memengaruhi pendengar. Dalam konteks dakwah digital, retorika berfungsi sebagai strategi komunikasi untuk menarik perhatian audiens, menumbuhkan pemahaman, serta menggugah emosi mereka agar lebih mudah menerima pesan keagamaan yang disampaikan. Seorang dai tidak hanya dituntut untuk menguasai materi keagamaan, tetapi juga harus mampu mengolah bahasa, intonasi, ekspresi, serta memanfaatkan humor atau narasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari sehingga pesan dakwah terasa dekat dan mengena bagi jamaahnya, baik di ruang nyata maupun melalui media digital seperti YouTube.

Hal ini menjadi tantangan da'i untuk mengetahui cara berdakwah dengan baik dan benar, setelah itu membuat materi yang matang, kemudian dikemas secara menarik dan efektif agar materi yang disampaikan dapat diterima baik oleh mad'u. Penggunaan metode dakwah yang menarik dan efektif akan berdampak pada pemahaman mad'u sesuai dengan isi materi yang disampaikan. Setiap da'i memiliki strategi dakwah yang berbeda beda, karena strategi adalah suatu rencana atau suatu rangkaian kegiatan dakwah yang sudah disiapkan secara matang, agar dakwah yang disampaikan jelas alurnya dan tidak keluar dari tema yang dibawakan.³ Banyak pendakwah yang mememiliki ilmu pengetahuan agama yang bagus, namun ada beberapa pendakwah yang kurang memahami bagaimana cara berbicara di depan umum

³ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), hlm. 19.

khususnya di media sosial. Berbicara di depan umum atau retorika tidak hanya penting untuk dipahami oleh para pendakwah dan da'i namun setiap individu harus belajar dan mengasah kemampuan berbicara di depan umum karena hal tersebut akan dibutuhkan dan dipakai di kehidupan sehari-hari .

Retorika adalah seni berbicara yang efektif, yang tidak hanya mengutamakan isi pesan, tetapi juga bagaimana cara penyampaian pesan tersebut agar dapat menarik perhatian dan menggerakkan hati pendengar.⁴ Beberapa contoh pendakwah yang berhasil menerapkan retorika yang kuat dalam dakwahnya seperti Ustadz Abdul Somad, Habib Jafar. Retorika dakwah Ustadz Abdul Somad memiliki ciri khas dalam menyampaikan dakwah, baik dari segi metode penyampaian, metode vokal/suara maupun metode bahasa tubuh.⁵ Kedua, retorika Habib Jafar di YouTube memiliki ciri khas dalam menyampaikan dakwah, Habib Jafar berretorika dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh kaum milenial dan dapat menarik kaum milenial untuk mengikuti kajian kegamaan di media sosial YouTube.⁶

Selain Ustad Abdul Somad dan Habib Jafar, Dzawin Nur Ikram merupakan pendakwah yang layak diperbincangkan. Dzawin Nur Ikram adalah salah satu dari komika yang terjun ke dunia dakwah, ia sering kali

⁴ Ika Sawidri Daulay, ‘Retorika Dakwah Ustad Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “UAS Ceramah Di Mabes TNI AD” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Luxas’, *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019) <<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47071/1/ILKA SAWIDRI DAULAY-FDK.pdf>>.

⁵ Ika Sawidri Daulay, ‘Retorika Dakwah Ustad Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “UAS Ceramah Di Mabes TNI AD” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Luxas’, *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2019, hlm. 11.

⁶ Yusuf Afandi, ‘Kolaborasi, Kreatifitas Dan Keamanusiaan: Aktivitas Dakwah Habib Jafar Di Youtube’, *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5.2 (2023), 36–42 <<https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2200>>.

menggabungkan kecakapannya dalam berkomedi dengan pesan-pesan Islami yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Fenomena ini menarik perhatian karena memperlihatkan bagaimana komedi, yang dikenal sebagai sarana hiburan, dapat digunakan sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai agama. Terjun ke dunia dakwah dengan pendekatan yang lebih ringan dan menghibur membuat Dzawin Nur Ikram untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang mungkin belum terbiasa dengan dakwah tradisional.

Dengan masifnya penyebaran konten-konten keagamaan media sosial banyak peneliti yang melakukan penelitian. Selain hal itu penelitian yang membahas mengenai Dzawin hanya berfokus pada analisis isi pesan dakwah dalam konten Dzawin, *stand up* sebagai media dakwah, analisis kebudayaan dalam konten YouTube Dzawin, dan pengaruh konten Dzawin, retorika Dzawin pada *stand up comedy*. Atas dasar tersebut peneliti berfokus kepada retorika dakwah “Lelah dan Menyerah Ampun” dalam konten Kuliah Antum melalui ethos, pathos logos dan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana cara Dzawin Nur Ikram dalam berretorika dakwah dengan judul “Lelah dan Menyerah Ampun” di konten Kuliah Antum di YouTube @DzawinNur. Dzawin Nur yang berlatar belakang komika membuat dakwah di konten “Kuliah Antum” menarik untuk diteliti. Penelitian tentang retorika dakwah Dzawin Nur Ikram dalam konten dakwah Kuliah Antum di YouTube menarik karena beberapa alasan, baik dari segi konten dakwah itu sendiri maupun aspek komunikasi

yang digunakan oleh seorang pendakwah dalam menyampaikan pesan. Peneliti mengambil salah satu judul di series Kuliah Antum karena video yang berjudul Lelah dan Menyerah Ampun memiliki banyak komentar, banyaknya ditonton, dan banyaknya potongan/klip video yang bersebaran di media sosial. Pemilihan konten Kuliah Antum dengan judul “Lelah dan Menyerah Ampun” didasarkan pada tema yang relevan dengan kehidupan generasi muda, penyampaian yang memadukan humor dan pesan keagamaan, serta banyaknya interaksi audiens berupa komentar, penayangan, dan potongan video yang beredar di media sosial. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa video ini populer sekaligus kaya nilai retorika, sehingga tepat dijadikan fokus penelitian.

Penelitian ini menarik karena menganalisis bagaimana seorang *YouTuber traveler* dan komika, seperti Dzawin Nur Ikram, memanfaatkan YouTube sebagai medium untuk menyampaikan pesan-pesan Islam yang relevan dengan audiens muda masa kini. Platform seperti ini memungkinkan pesan agama sampai ke audiens yang lebih luas, dengan pendekatan yang lebih personal dan menarik. Dalam penelitian tersebut peneliti berpendapat bahwa keberhasilan dalam dakwah dilihat dari penguasaan konsepsi Islam dan pengalaman Dzawin Nur Ikram dalam berkomunikasi terutama dalam hal retorika yang merupakan seni berbicara itu sendiri. Oleh karena itu peneliti akan mengeksplorasi lebih dalam mengenai retorika Dzawin. Sehingga peneliti mengajukan pertanyaan bagaimana retorika dakwah Dzawin Nur

Ikram dalam konten “Lelah dan Menyerah Ampun” Kuliah Antum di YouTube dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure?

B. Rumusan Masalah

Dari uraian yang dikemukakan pada latar belakang masalah. Maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

Bagaimana retorika dakwah Dzawin Nur Ikram dalam konten “Lelah dan Menyerah Ampun” Kuliah Antum di YouTube dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure?

C. Tujuan

Menurut Muhammad Ramdhan dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian*⁷ menyebutkan bahwa tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang akan diperoleh setelah penelitian selesai, juga sesuatu yang akan dicapai atau ditangani dalam suatu penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai objek yang diteliti, sekaligus menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui retorika dakwah Dzawin Nur Ikram dalam konten “Lelah dan Menyerah Ampun” Kuliah Antum di YouTube menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure.

⁷ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm.4.

<[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Muhammad+Ramdhan,+Metode+Penelitian+\(Yogyakarta:+Cipta+Media+Nusantara,+2021&output=search&q=fal](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Muhammad+Ramdhan,+Metode+Penelitian+(Yogyakarta:+Cipta+Media+Nusantara,+2021&output=search&q=fal)>.

D. Kegunaan Penelitian

Menurut Muhammad Ramdhan dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian*⁸ menyebutkan bahwa kegunaan penelitian adalah untuk menyelidiki keadaan dari, alasan untuk untuk, dan konsekuensi dari suatu set keadaan khusus. Keadaan tersebut bisa saja dikontrol melalui percobaan (*eksperimen*) ataupun berdasarkan obsevasi tanpa kontrol.

Adapun kegunaan penelitian ini dibagi dalam dua aspek, yaitu aspek secara teoritis dan aspek secara praktis.

1. Kegunaan Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi untuk penelitian yang berhubungan dengan kajian dibidang dakwah di media sosial khususnya tentang retorika dakwah Dzawin Nur Ikram.

2. Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memecahkan masalah akademis tentang perkembangan retorika dakwah di zaman sekarang menggunakan dakwah yang dipadukan dengan humor.

E. Kajian Pustaka

Kajian menurut KBBI adalah mengkaji dan pustaka adalah kumpulan bahan-bahan rujukan dan perkakas perangkat lunak. Kajian pustaka merupakan bagian dari suatu penelitian yang berisi teori dari penelitian-penelitian sebelumnya yang sesuai dengan topic atau permasalahan yang sedang diteliti. Kajian pustaka sangat penting karena untuk menghindari

⁸ Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Cipta Media Nusantara, 2021), hlm. 5.

plagiarisme bisa menjadi referensi bagi peneliti serta membantu peneliti untuk menejelaskan fenomena yang akan diteliti dan membuat kebaharuan dari penelitian sebelumnya. Kajian pustaka merupakan salah satu bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Yang memuat beberapa ulasan terhadap penelitian-penelitian tersahulu yang relevan, dan untuk memperlihatkan posisi penelitian dalam peta studi yang terkait.

Setelah penulis menelusuri judul skripsi dan jurnal yang terdahulu, ada beberapa judul skripsi dan jurnal yang relevan dengan tema penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat beberapa judul skripsi dan jurnal yang memiliki kemiripan topik atau membahas objek yang serupa, khususnya yang berhubungan dengan dakwah di media digital maupun dengan subjek Dzawin Nur Ikram.

Penelitian yang dilakukan oleh Aini Sofwati berfokus pada teknik dakwah Dzawin Nur Ikram dalam *Stand-Up Comedy Penjara Suci* dengan menggunakan teori Komunikasi Publik dan Teknik Dakwah.⁹ Hasilnya menunjukkan penerapan tiga teknik utama, yaitu persiapan, penyampaian, dan evaluasi, untuk mengemas materi dakwah secara kreatif dan menghibur. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Khairunnajwah menganalisis isi pesan dakwah dalam Kuliah Antum karya Dzawin Nur Ikram dengan metode analisis isi, yang menghasilkan kategori pesan akidah, syariah, dan akhlak tanpa membahas strategi retorika yang digunakan.¹⁰ Kedua penelitian ini

⁹ Aini Sofwati, ‘Teknik Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand-Up Comedy Penjara Suci’ (UIN Sunan Kalijaga, 2024) <<https://www.slideshare.net/cee0018/teknik-dakwah-rasulullah>>.

¹⁰ Khairunnajwah, ‘Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam “Kuliah Antum” Di Channel Youtube Dzawin Nur’ (UIN Syarif Hidayatullah, 2023)

sama-sama memberikan kontribusi awal terhadap kajian dakwah Dzawin, namun penelitian Aini lebih menekankan aspek teknis penyampaian dakwah dalam bentuk hiburan, sedangkan penelitian Khairunnajwah memusatkan perhatian pada isi pesan yang disampaikan.

Berbeda dengan penelitian di atas, terdapat juga beberapa penelitian yang membahas retorika dakwah di YouTube. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Ilka Sawidri Daulay mengkaji retorika dakwah Ustadz Abdul Somad di YouTube dengan menggunakan teori Public Speaking dari Stephan E. Lucas, yang menekankan teknik penyampaian pesan lisan melalui intonasi, pilihan kata, dan bahasa tubuh.¹¹ Sementara itu, Vira Eka Savitri meneliti retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki di kanal Shift Media dengan menyoroti penggunaan bahasa singkat, mudah dipahami, bebas sarkasme, serta penerapan ethos, pathos, dan logos. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang sederhana namun menyentuh mampu menarik minat generasi muda, memperkuat keterhubungan emosional dengan audiens, dan tetap menjaga kredibilitas pesan dakwah yang disampaikan.¹² Khairunnisa meneliti retorika dakwah Habib Husein Jafar dalam video “Filsafat Haram?” dengan menggabungkan teori retorika Aristoteles dan semiotika Roland

¹¹ Ika Sawidri Daulay, ‘Retorika Dakwah Ustad Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “UAS Ceramah Di Mabes TNI AD” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Luxas’, *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2019

¹² Vira Eka Savitri, ‘Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di Channel Youtube Shift Media’ (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65915/1/VIRA_EKA_SAVITRI-FDK.pdf>.

Barthes untuk mengungkap makna tanda secara denotatif dan konotatif.¹³

Penelitian oleh Albet Apriansah mengkaji retorika Gus Miftah di YouTube dengan fokus pada interaksi audiens, ciri khas pengucapan, dan gerak tubuh yang menjadi daya tarik khasnya dalam menyampaikan dakwah. Analisisnya menunjukkan bagaimana Gus Miftah memanfaatkan kedekatan dengan audiens, gaya bahasa yang santai, serta gestur tubuh yang ekspresif untuk memperkuat pesan yang disampaikan, sehingga mampu menciptakan suasana dakwah yang interaktif dan mudah diterima oleh berbagai kalangan.¹⁴ Sedangkan Arum Fatmawati meneliti gaya bahasa tubuh Gus Muwafiq melalui gestur, mimik wajah, dan ekspresi sebagai strategi retorika. Penelitiannya menyoroti bagaimana elemen nonverbal tersebut mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens, mempertegas pesan yang disampaikan, serta menciptakan citra komunikator yang hangat dan meyakinkan dalam konteks dakwah di YouTube.¹⁵ Dari penelitian-penelitian tersebut terlihat bahwa kajian retorika dakwah di media digital telah mencakup beragam tokoh dan pendekatan, mulai dari analisis teknik penyampaian, penggunaan bahasa, hingga bahasa tubuh.

Dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, dua diantaranya membahas tentang Dzawin namun pada penelitian yang dilakukan oleh Aini

¹³ Khairunnisa, ‘Retorika Dakwah Habib Husein Jafar Dalam Akun Youtube Jeda Nulis Dengan Pendekatan Aristoteles (Ethos , Pathos , Logos)’ (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022) <<https://repository.syekhnurjati.ac.id/8422/1/HALAMAN DEPAN.pdf>>.

¹⁴ Albet Apriansah, ‘Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media Youtube Raden Intan Lampung 1444 H / 2023 M 1444 H / 2023 M’, 2023 <<https://repository.radenintan.ac.id/30033/1/COVER BAB 1 BAB 2 DAPUS.pdf>>.

¹⁵ Arum Fatmawati, ‘Retorika Gus Muwafiq Dalam Video Youtube’ (IAIN Kudus, 2022) <<http://repository.iainkudus.ac.id/7530/4/04. BAB I.pdf>>.

hanya meneliti tentang teknik retorika Dzawin dalam *stand up comedy* dan Khairunnajwah yang melakukan penelitian tentang Dzawin Nur Ikram tentang konten Kuliah Antum dan hanya menganalisis isi pesan dalam konten tersebut dan terlihat banyak penelitian yang membahas retorika dakwah di media digital dengan menggunakan berbagai pendekatan, mulai dari teori Public Speaking, retorika Aristoteles, hingga semiotika Roland Barthes pada beragam media seperti ceramah, video YouTube, dan media audio visual lainnya. Namun, belum ada penelitian yang spesifik membahas tentang retorika Dzawin Nur Ikram dalam konteks “Kuliah Antum” di YouTube. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis semiotika (signifier dan signified) Ferdinand De Saussure serta mengetahui retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) dalam penyampaian dakwah oleh Dzawin Nur Ikram.

F. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan salah satu pendukung sebuah penelitian, hal ini karena kerangka teori adalah wadah di mana akan dijelaskan teori-teori yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti.¹⁶ Teori tersebut dapat digunakan sebagai bahan acuan guna pembahasan penelitian selanjutnya.

1. Retorika Aristoteles Kredibilitas, Emosi, Logika

¹⁶ Rizal Agus Stiawan, ‘Peran Dan Tantangan Kepala Sekolah Dalam Implementasi Kurikulum Merdeka Mata Pelajaran PAI Di SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang’, 2024 <https://repository.unissula.ac.id/35082/1/Pendidikan_Agama_Islam_31502000118_fullpdf.pdf#page=63.13>.

Landasan teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah teori retorika Aristoteles sebagai landasan menjelaskan konten dakwah Dzawin. Dalam penelitian ini, teori retorika Aristoteles tidak hanya dipahami sebagai seni berbicara secara umum, tetapi diaplikasikan secara khusus pada konteks dakwah. Retorika dakwah berbeda dengan retorika biasa, karena orientasinya bukan sekadar membujuk audiens, tetapi menyampaikan pesan agama agar dipahami, diyakini, dan diamalkan. Oleh karena itu, peneliti menyebut objek retorika dakwah, untuk menegaskan bahwa penelitian ini berfokus pada penerapan ethos (kredibilitas dai), pathos (daya sentuh emosi audiens), dan logos (argumen logis keagamaan) dalam menyampaikan pesan Islam. Dengan demikian, teori Aristoteles diposisikan sebagai landasan analisis, sementara konteks yang diteliti adalah retorika dakwah Dzawin Nur Ikram. Teori retorika masih pada saat ini masih banyak dipelajari dan berpusat pada pemikiran Aristoteles tentang retorika sebagai alat persuasi. Teori retorika Aristoteles menjelaskan bahwa retorika adalah ilmu yang mengajarkan keterampilan untuk menemukan secara persuasif dan objek suatu kasus. Bagi Aristoteles retorika yakni ia menjelaskan retorika itu suatu uraian yang harus secara singkat, jelas dan meyakinkan.

Menurut Aristoteles dalam bukunya yang berjudul *Retorika*, retorika didefinisikan sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi yang tersedia pada setiap keadaan yang dihadapi, fungsi tersebut hanya dimiliki oleh seni retorika. Seni lain mengajarkan atau memaparkan sesuatu sesuai subjek bahasannya, misalnya ilmu kedokteran mengajarkan tentang sehat dan tidak

sehat, geometri tentang sifat-sifat ukuran, aritmetik tentang angka-angka, demikian halnya dengan cabang seni lain. Sementara retorika dipandang sebagai kemampuan menemukan alat-alat persuasi pada hampir semua objek bahasan yang dihadapi, oleh karenanya dikatakan bahwa berdasarkan karakter teknisnya, retorika tidak terikat pada golongan subjek tertentu.¹⁷

Menurut Aristoteles, keindahan dalam bahasa dapat digunakan untuk 4 hal yakni, membenarkan (*corrective*) yang artinya bukti atau data adalah bukti yang paling penting untuk membenarkan dan meyakinkan komunikasi terhadap pesan yang disampaikan oleh seorang komunikator sehingga dapat dipertanggungjawabkan. Memerintah (*instructive*) yang artinya fungsi memerintah ditururkan dalam bermodus imperative. Kalimat perintah bertujuan untuk melakukan perintah kepada orang lain guna melakukan sesuatu. Jika dalam bentuk lisan kalimat perintah dilakukan dengan intonasi yang tinggi, sedangkan jika dalam bentuk tulisan biasanya kalimat perintah diakhiri dengan tanda seru (!).

Untuk membenarkan (*corrective*) sebuah argument atau pendapat, data dan bukti adalah hal yang paling valid dalam meraih sebuah kepercayaan dari audiens. Dalam kajian ini Logos akan diterapkan sebagai analisis Dzawin Nur menggunakan bukti dan data yang relevan untuk mendukung klaim atau teori yang disampaikan dalam konten “Kuliah Antum”. Kalimat perintah (*instructive*) berfungsi sebagai pemberi instruksi atau arahan kepada audiens. Kalimat perintah ini seringkali disertai dengan nada atau intonasi yang tegas

¹⁷ Aristoteles, *Retorika* (Yogyakarta: Basa Basi, 2018).

atau penekanan pada kata-kata tertentu untuk memberikan kesan yang urgensi atau pentingnya tindakan tersebut.

Mendorong (*suggestive*) yang artinya pemilihan unsur-unsur bahasa bisa dilakukan dalam bentuk kata, gaya bahasa, istilah, kalimat dan lain-lain. Semua hal tersebut dilakukan agar bisa mendorong dan menarik lawan bicara. Mempertahankan (*devensive*) yang artinya berusaha mempertahankan komunikasi antara komukator dan komunikan. Tradisi retorika dapat menjelaskan baik dalam konteks komunikasi antar personal maupun komunikasi massa.¹⁸

Penerapannya dalam konten “Kuliah Antum” mendorong (*suggestive*) audiens agar lebih tertarik dan terlibat dalam materi yang disampaikan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana Dzawin Nur berusaha mempertahankan (*devensive*) komunikasi yang baik dengan audiensnya, menjaga hubungan yang harmonis, serta merespons berbagai pertanyaan dan umpan balik dari penonton secara efektif.

Dalam teori retorika, komunikator seperti pembicara, produser media, dan penulis melihat masalah atau tantangan sebagai kebutuhan yang harus dihadapi dengan pesan yang disusun sedemikian rupa. Komunikator membangun strategi dan sering menggunakan pendekatan yang umum untuk menggerakkan khalayak. Teori ini memahami bahwa kata-kata memiliki kekuatan, informasi itu berguna dalam membentuk penilaian, dan komunikasi dapat dievaluasi dan dikembangkan. Menantang pandangan lain yang

¹⁸ Karen A. Foss dan Stephen W. Littlejohn, *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014).

menyatakan bahwa kata-kata bukanlah aksi, apa yang ditampilkan bukanlah kenyataan, gaya bukanlah substansi, dan opini bukanlah kenyataan.¹⁹

Retorika dan kinesik masih berhubungan yang erat dan setiap retorika pasti ada kinesik, di mana kinesik berfungsi sebagai “bagian kedua” yang tidak hanya mendukung komunikasi verbal, tetapi juga sebagai bagian integral dari komunikasi yang tidak dapat dipisahkan. Kinesik dapat membantu aspek dinamis dalam menyampaikan pesan retorika yang efektif dan tepat sasaran.

Kinesik adalah studi dan interpretasi gerakan tubuh manusia yang diambil sebagai simbolik atau metaforis dalam interaksi sosial. Kinesik mencakup ekspresi wajah, gerakan, sikap, langkah, dan gerakan lengan serta tubuh yang terlihat. Gerakan ekspresif adalah tindakan simbolis yang menunjukkan dan menekankan pikiran, perasaan, suasana hati, niat, dan sikap, serta dapat digunakan bersamaan dengan komunikasi verbal.²⁰

Ada berbagai ragam retorika yang digunakan oleh para penceramah guna membuat audiens tertarik terhadap dakwah yang disampaikan. Tapi disamping itu ketika masyarakat dihadapkan dengan pilihan penceramah agama, sangat beragam karakteristik yang dipilih. Terkadang audiens hanya menyukai terhadap gaya penceramahnya saja, tetapi tidak menyukai dengan

¹⁹ Sinta Paramita and Lydia Irena, ‘Retorika Digital Dan Social Network Analysis Generasi Milenial Tionghoa Melalui Youtube’, *Jurnal Komunikasi*, 12.1 (2020), 143 <<https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.7558>>.

²⁰ Taufik Rahman, Anisah Indriati, and Muhammad K. Ridwan, ‘Prophetic Communication in Historical and Axiological Review’, *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 18.1 (2024) <<https://doi.org/10.24090/komunika.v18i1.7976>>.

isi ceramahnya. Terkadang juga ada yang tidak suka dengan gaya penceramahnya, tetapi suka dengan isi ceramahnya.²¹

Seiring dengan berjalannya waktu retorika selalu dikembangkan. Teori retorika Aristoteles terus berkembang dan diperkaya meskipun Aristoteles memberikan dasar yang kokoh dengan pembagian ethos, pathos dan logos, para pemikir setelahnya memperluas dan memperdalam konsep konsep ini.

Richards sebagai salah seorang tokoh retorika baru menyatakan bahwa retorika adalah suatu studi yang mempelajari kesalahpahaman serta menemukan cara menanggulanginya. Salah satu cara untuk menanggulangi, menurut Richards adalah dengan cara mempelajari bahasa sebaik-baiknya dan menggunakan dengan tepat.²²

Menurut Aristoteles dalam bukunya yang berjudul *Retorika*²³, Dalam menyusun pidato atau ceramah, seseorang harus mempelajari tiga hal, pertama alat untuk mempersuasi, kedua gaya atau bahasa yang digunakan, dan ketiga pengaturan yang tepat dari berbagai bagian pidato atau ceramah. Persuasi dapat dicapai dengan tiga hal, pertama mempengaruhi emosi pendengar atau sering dikatakan sebagai pathos, kedua memberi pendengar kesan yang benar mengenai karakter pembicara atau ethos, dan ketiga yaitu membuktikan kebenaran dari pernyataan-pernyataan yang dibuat atau logos atau logika.

²¹ Kholid Noviyanto and Sahroni A. Jaswadi, ‘Gaya Retorika Da’i Dan Perilaku Memilih Penceramah’, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 04.1, Juni (2014), 124–25 <<http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/40/34>>.

²² I Nengah Martha, ‘Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang’, *Prasi*, 6.12 (2010), 62 <<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/PRASI/article/view/6828/4675>>.

²³ Aristoteles, ‘Retorika’, terj. Dede Sy Handayani (Yogyakarta: Basabasi, 2018), hlm. 305.

Christof dalam bukunya yang berjudul Aristotle's Rhetoric²⁴ jika seorang pembicara ingin membujuk audiens, dia harus mempertimbangkan tiga bukti retoris atau tiga cara persuasi: *ethos* (etika atau kredibilitas) pembicara, *pathos* (keadaan emosional) dan *logos* (argument). Dalam hal tersebut Aristoteles tidak menjelaskan atau memberikan pembelaan yang terperinci mengenai tiga hal tersebut, namun ia mengatakan dalam konteks yang berbeda bahwa sebuah pidato terdiri dari tiga hal, yang pertama pembicara, kedua subjek yang dibahas, dan ketiga pendengar yang menjadi sasaran dari pidato.

Ethos merupakan intelegensi, karakter atau pengetahuan yang luas, serta niatan baik yang dipersiapkan oleh seorang pembicara. Seorang pembicara harus mampu menunjukkan pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan terhormat kepada audiens atau khalayak. Kredibilitas sangat penting, sebab seseorang tidak terpersuasi hanya karena bukti yang dipaparkan, tetapi juga oleh siapa bukti tersebut dipaparkan. Selain kredibilitas, Atraksi (*attracivisme*) dan kekuasaan (*source power*) juga bagian dari dimensi ethos. Atraksi adalah daya tarik yang dimiliki oleh seorang komunikator yang dilihat dari fisiknya, seperti disegani dan disenangi. Sedangkan kekuasaan adalah kemampuan menimbulkan ketundukan dari interaksi antara komunikator dan komunikan.

Retorika Aristoteles tidak acuh tak acuh terhadap cara persuasif yang digunakan. Efek yang ditimbulkan oleh pembicara yang menggunakan gaya

²⁴ Christof Rapp, *Aristotle's Rhetoric*, ed. by Edward N. Zalta and Uri Nodelman (The Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2023) , hlm 10 . <<https://plato.stanford.edu/archives/win2023/entries/aristotle-rhetoric/>>.

retorika Aristoteles pada audiens dengan demikian dibatasi oleh berbagai teknik terbatas (yang berdasarkan seni retorika) yang mereka gunakan.²⁵ Yang artinya bahwa para pembicara tidak melakukan apapun untuk mencoba membawa audiens ke pihak mereka, namun hanya menjelaskan berdasarkan argumentasi yang benar-benar membahas pokok masalah. Dalam pengertian ini orang dapat mengatakan bahwa metode retorika Aristoteles bertujuan pada sesuatu seperti ‘persuasi berdasarkan argumen’, ‘persuasi yang masuk akal’, atau ‘penilaian yang masuk akal’ di pihak audiens.²⁶

Ethos mengacu pada karakter atau kredibilitas pembicara. Kredibilitas dapat dibangun melalui latar belakang keilmuan, pengalaman, maupun reputasi yang dimiliki, sehingga mampu memperkuat argumen yang disampaikan kepada audiens.

Pathos dalam hal ini adalah seorang komunikator harus menyentuh hati khalayak seperti melalui perasaan, harapan, emosi, kasih sayang, dan kebencian mereka. Dengan kata lain komunikator harus mempersuasi komunikasi secara emosional lebih cepat diterima dari pada secara logika. Untuk memahami pathos, pembicara atau komunikator harus memahami keadaan pikiran, arah tantangan emosi audiens, dan penyebab audiens merasakan hal tersebut. Unsur ini dapat diwujudkan melalui penggunaan humor, kisah pengalaman, maupun cerita yang relevan untuk membangun keterhubungan emosional dengan audiens.

²⁵ Christof Rapp, *Aristotle's Rhetoric*, ed. by Edward N. Zalta and Uri Nodelman (The Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2023), hlm. 10.

²⁶ Christof Rapp, *Aristotle's Rhetoric*, ed. by Edward N. Zalta and Uri Nodelman (The Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2023), hlm. 10.

Logos atau logika merujuk kepada alasan yang mendasari argument yang disampaikan. Logos dapat diartikan sebagai imbauan yang logis, yang ditunjukkan oleh pembicara bahwa uraiannya masuk akal sehingga dapat diikuti dan dipahami oleh audiens atau mad'u. Dalam hal ini komunikator harus meyakinkan kepada khalayak dengan mengajukan suatu bukti atau yang terlihat sebagai bukti. Dalam bukti yang logis, argument memiliki struktur dalam pembentukannya yaitu argument induktif dan argument deduktif. Dalam logos juga terdapat *reasoning*, yaitu penggambaran atau penarikan kesimpulan dari bukti-bukti yang dipaparkan.

2. Retorika Dakwah

Hubungan antara retorika dan dakwah dapat ditelusuri dari segi definisi, retorika yang berarti menyampaikan pendapat lewat lisan/berbicara, berbicara artinya mengucapkan kata-kata tersusun dalam suatu kalimat, kepada seseorang atau kelompok orang, untuk tujuan tertentu (misalnya memberikan informasi dan motivasi yang sifatnya menghibur). Sedangkan dakwah adalah mengajak orang atau kelompok untuk kebaikan atau menuju ke jalan Tuhan dan mencegah dari mungkar, dakwah dalam konteks ini akan berjalan terus tidak mengenal kata putus sepanjang manusia masih hidup. Seperti dalam Qur'an Surat Thaha ayat 44:

فَقُولَا لَهُ فَوْلًا لَّنِيَا لَعَلَّهُ يَتَكَبَّرُ أَوْ يَخْشِي

Yang artinya "Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut."²⁷

²⁷ Surat Thaha Ayat 44: Arab, Latin, Terjemah dan Tafsir, NU Online.com, diakses pada 30 Agustus 2025 pukul 15.13. <https://quran.nu.or.id/thaha/44>

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa menekankan tentang pentingnya retorika persuasif dan lemah lembut (*qoula layyina*) dalam menyampaikan pesan dakwah, seperti yang diperintahkan Allah kepada Nabi Musan dan Harun saat menghadapi Firaun. Surat Thaha menunjukkan bahwa memilih cara yang halus, tidak kasar dan penuh dengan kebaikan adalah metode yang efektif untuk membuat pendengar sadar atau takut kepada kebenaran, meskipun tujuannya adalah untuk mengajak kepada kebaikan.

Menurut Suisyanto dalam bukunya yang berjudul Retorika Dakwah dalam Perspektif Al-Quran²⁸ retorika dakwah mencakup empat unsur utama, yaitu subjek (dai), objek (mad'u), materi (pesan dakwah), dan metode (cara penyampaian). Seorang dai dituntut tidak hanya menguasai materi agama, tetapi juga memiliki kemampuan teknis dalam mengolah bahasa, intonasi, ekspresi, serta menyesuaikan gaya komunikasi dengan latar belakang audiens. Retorika dakwah juga memiliki dimensi filosofis, teknis, aktualisasi diri, dan teologis, yang menegaskan bahwa dakwah bukan hanya aktivitas komunikasi, melainkan juga ibadah. Dalam praktiknya, tahapan retorika yang diadaptasi dari Aristoteles inventio, dispositio, elocutio, dan pronuntiatio dapat diaplikasikan untuk mengemas pesan dakwah agar runtut, menarik, dan menyentuh baik aspek logika maupun emosi pendengar. Hal ini sejalan dengan teladan Nabi Muhammad SAW yang dikenal fasih, singkat, namun padat makna dalam berkomunikasi (*jawāmi'ul kalim*), serta prinsip berbicara sesuai dengan tingkat pemahaman audiens (*khāṭibūn-nāsa bi qadri 'uqūlihim*).

²⁸ Suisyanto, *Retorika Dakwah-Dalam*, 2020 <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/42062/11/RETORIKA_DAKWAH_DALAM_PERSPEKTIF_AL-QURAN.pdf#page=11.44>.

Kata dakwah berasal dari kata bahasa arab *da'ā-yad'ū-da'watan*, yang memiliki kesamaan makna dengan *al-nida*, yang artinya panggilan, ajakan, seruan, dan undangan. Dakwah adalah suatu proses penyelenggaraan aktivitas atau usaha yang dilakukan oleh seseorang secara sadar dan sengaja dalam upaya meningkatkan taraf dan tata nilai hidup manusia dengan berlandaskan ketentuan Allah SWT dan Rasulullah SAW.²⁹ Dakwah sebagai aktifitas yang bertujuan untuk mereflesikan ajaran Islam dalam berkehidupan, perlu mendapat perhatian, terutama menyangkut keberadaannya. Sebab dakwah sebagai agen perubahan sosial dan memberikan arah serta mengantisipasi dampak-dampak yang mungkin ditimbulkan oleh era kemajuan informasi di zaman sekarang. Sedangkan secara istilah beberapa ahli mendefinisikan dakwah sebagai berikut:

Menurut Abdullah dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah,³⁰ dakwah adalah misi abadi untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan merekonstruksi masyarakat agar sesuai dengan adagium Islam rahmatan lil'alamîn (rahmat bagi seluruh alam). Retorika dakwah merupakan elemen krusial dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara persuasif dan efektif, terutama di era digital saat ini. Retorika tidak hanya sebatas kemampuan berbicara di depan umum, tetapi juga seni dalam mengolah

²⁹ Nurul Fajriani Mokodompit, ‘Konsep Dakwah Islamiyah’, *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.2 (2022), 112–23.

³⁰ Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015) <https://ia903406.us.archive.org/18/items/kumpulan-buku-islami/Islam_Dakwah_Kajian_Ontologi%2C_Epistemologi%2C_Aksiologi_dan_Aplikasi_Dakwah_by_Prof._Dr._H._Abdullah%2C_M.Si..pdf>.

bahasa, intonasi, ekspresi, serta narasi yang relevan agar pesan dakwah terasa dekat dan dapat menggerakkan hati pendengar.

Menurut M. Arifin dakwah merupakan sebagai suatu kegiatan ajakan yang baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar guna mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun kelompok agar supaya timbul suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman, terhadap ajaran agama sebagai sesuatu yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur paksaan.³¹

Dakwah menurut Dr. KH. Ali Mustafa Yaqub, MA (AMY) adalah menyampaikan ajaran Islam kepada manusia melalui metode pengajaran yang terus menerus dan disertai dengan pemberian contoh. Dakwah juga dibagi menjadi dua bagian, Yaitu pengertian dakwah menurut bahasa dan pengertian dakwah menurut istilah. Dari segi bahasa, dakwah yang berarti mengajak, mengundang, memanggil, dan menyeru untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan yang memiliki karakteristik khusus.³²

Menurut Khadir Khatib Bandaro dalam bukunya yang berjudul “Suatu Studi Tentang Ilmu Dakwah, Tabligh, Menuju Para Da’i Profesional” menurutnya dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dan disengaja dalam upaya meningkatkan taraf hidup manusia yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasul oleh seseorang atau kelompok secara sadar dalam

³¹ Arif Wicaksana and Tahar Rachman, ‘Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik’, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik*, 3.1 (2018), 10–27 <file:///C:/Users/Microsoft/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/MEDPJLLX/RETORIKA[1].pdf>.

³² Mulizar Mulizar, In Memoriam Konsep Dakwah Dan Pemikiran Pakar Hadis; Prof. Dr. Kh. Ali Mustafa Yaqub, Ma’, *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8.1 (2018), 43–61 <<https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.399>>.

upaya menimbulkan pengertian, kesadaran dan pengalaman terhadap ajaran agama islam.³³

Tema-tema tentang isu kontemporer mulai mendekati kepada kehidupan manusia, baik diperkotaan maupun pedesaan. Tidak banyak manusia yang terjebak dalam sentuhan-sentuhan teknologi dan tidak heran jika masyarakat yang melupakan Tuhan nya dan lebih dekat dengan teknologi yang menyebabkan lemahnya keimanan.

Dakwah kontemporer adalah dakwah yang menggunakan fasilitas teknologi modern dengan tiga indikator yaitu dai yang memanfaatkan teknologi modern, materi dakwah yang kontemporer dan dai menggunakan media kontemporer.³⁴ Dakwah model ini hadir sebagai respons terhadap perubahan zaman, perkembangan teknologi informasi, dan kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis, sehingga pesan agama dapat tersampaikan secara lebih cepat, luas, dan efektif kepada berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

Retorika dan dakwah berkembang seiring dengan perkembangan dakwah Islam. Dakwah sudah ada sejak adanya agama Islam yang mana karena Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang memberikan nasihat untuk mengimani dan membenarkan apa yang di firmankan oleh Allah SWT serta melaksanakan perintah yang dikatakan oleh nabi dan Rasul Allah, juga agar banyak orang yang saling tolong menolong dan saling mengingatkan satu

³³ Novri Hardian, ‘Dakwah Dalam Perspektif’, *Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi* /, 2018, 5 <<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/download/92/77>>.

³⁴ Mahmuddin, ‘Strategi Dakwah Kontemporer Dalam Menghadapi Pola Hidup Modern| Mahmuddin’, 1 (2018), 45–51 <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/12894/1/Prosiding SNDK_Mahmuddin.pdf>.

sama lain. Allah mengutus dan memerintahkan nabi dan Rasul sebagai orator-orator yang akan membimbing, mengatur dan mengajak semua orang yang ada di muka bumi untuk taat dan patuh kepada Allah. Nabi yang pertama kali memulai dakwah adalah nabi pertama yaitu Nabi Adam AS.³⁵

Seorang dai yang berkompeten dibidang isu-isu kontemporer, mereka harus mengemas secara rapih dan runtut dalam menyelesaikan sebuah persoalan yang muncul di kehidupan modern. Salah satu cara agar da'i dapat menyelesaikan sebuah persoalan pola hidup di era modern adalah dengan memperbanyak pengetahuan tentang media sosial, tata cara penggunaan media dakwah di sosial media yang ada. Sedangkan untuk pengguna media sosial, hendaknya dapat mengarahkan internet mereka ke hal-hal yang positif, serta mempelajari tentang kegunaan aplikasi dengan baik agar tidak terlalu jauh dari ajaran keagamaan.

Memasuki zaman teknologi seperti media sosial ini, untuk mendapatkan akses informasi keagamaan, setiap orang dapat mengakses pada saluran internet salah satunya adalah YouTube. Orang-orang sebelum mengenal teknologi, mereka ketika ingin mendapatkan siraman rohani harus datang ke pengajian dan bertanya langsung kepada dai jika dirasa ada yang kurang dimengerti. Di era sekarang ini, setiap orang dapat dengan mudah mencari tema-tema yang sedang mereka suka.

YouTube seringkali dijadikan sebagai media *alternative* untuk mencari informasi apapun dari segala penjuru dunia. Bagi sebagian orang, YouTube

³⁵ Abdullah, “Retorika dan Dakwah Islam,” *Jurnal Dakwah* 10, no. 1 (2009), hlm. 1.

digunakan hanya sebatas untuk menonton video, baik itu video yang sedang trending, video musik, video tentang apapun selalu ada di YouTube, bahkan para pendakwah juga mereka melakukan dakwah di video YouTube. Namun saat ini YouTube dapat menjadi media yang mempromosikan diri atau brand yang dimiliki oleh perusahaan, baik itu dengan cara mengiklankan sebuah produk atau dengan membuat konten-konten di YouTube.

Kemajuan hal itu disatu sisi menjadi kemajuan tersendiri dalam penyelenggaraan dakwah, kewajiban untuk berdakwah bagi seorang mubaligh menjadi lebih ringan.³⁶ Karena dengan adanya hal tersebut para da'i atau pendakwah dengan mudah menyebarluaskan ajaran ajaran Islam. Keberadaan media sosial yang salah satunya adalah youtube memudahkan pada mad'u untuk menjadikan ruang dakwah.

Dilansir dari databoks.katadata.co.id pada tanggal 23 November 2023 mengatakan bahwa platform YouTube merupakan salah satu platform yang paling populer di dunia dengan popularitasnya peringkat kedua setelah Facebook. Dan Indonesia berada pada peringkat keempat sebagai jumlah pengguna terbanyak di dunia dengan 139 juta pengguna.³⁷

3. Semiotika Ferdinand De Saussure Signifier dan Signified

Menurut KBBI semiotika merupakan ilmu (teori) tentang lambang dan tanda (dalam bahasa, lalu lintas, kode morse). Semiotika adalah salah satu ilmu yang mempelajari tentang suatu tanda (*sign*) yang dapat dan tidak dapat

³⁶ Agung Tirta Wibawa, ‘Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube’, *Sustainability (Switzerland)*, 11.1 (2019), hlm. 2-3.

³⁷ <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/e1446eb16142f58/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>

diamati guna menjadi sebuah informasi kepada khalayak umum. Dalam studi ilmu komunikasi “tanda” dapat diartikan sebagai sebuah interaksi makna yang disampaikan kepada orang lain melalui tanda-tanda. Ketika berkomunikasi tidak hanya mengandalkan bahasa lisan atau verbal saja namun bisa juga menggunakan tanda, dengan menggunakan tanda tersebut kita dapat juga berkomunikasi.³⁸

Tanda-tanda adalah perangkat yang digunakan dalam upaya mencari jalan di dunia ini. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana manusia memaknai hal-hal. Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan. Memaknai suatu objek tidak hanya berarti bahwa objek tersebut menyampaikan informasi atau berusaha berkomunikasi, tetapi juga menjadi bagian dari sistem tanda yang tersusun secara terstruktur. Semiotika merupakan studi tentang tanda dan semua hal yang berkaitan dengannya termasuk bagaimana tanda-tanda berfungsi, berinteraksi satu sama lain, serta bagaimana proses pengiriman dan penerimaannya oleh pengguna. Semiotika meneliti berbagai sistem, aturan, dan konvensi yang memungkinkan sebuah tanda memiliki makna tertentu.³⁹

Ada berbagai tanda yang dapat dianggap suatu tanda seperti, gerakan tangan, gerakan kaki, gerakan kepala, lirikan mata, sebuah kata, pakaian yang digunakan, lirik lagu. Dan tidak hanya itu menurut Saussure tanda bukan

³⁸ Destita Mutiara, ‘Nilai-Nilai Komunikasi Profetik Dalam Syair Gurindam Dua Belas (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure)’, *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)*, 1.2 (2021), 174–76 <<https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.12>>.

³⁹ Bambang Mudjiyanto dan Emilsyah Nur, “Semiotika dalam Metode Penelitian Komunikasi,” *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa (PEKOMMAS)* 16, no. 1 (April 2013), hlm. 75.

hanya untuk manusia namun binatang atau hewan dan bahkan bunyi-bunyian hanya bisa dikatakan sebagai bahasa atau berfungsi sebagai bahasa suara atau bunyi tersebut mengekspresikan, menyatakan, atau menyampaikan ide-ide, pengertian-pengertian tertentu.⁴⁰ Untuk mengetahui sebuah tanda dapat dipahami dengan baik dan benar membutuhkan sebuah konsep yang selaras agar tidak salah pengertian.

Menurut Saussure semiotika merupakan kajian yang membahas tentang tanda dalam kehidupan sosial dan ada hukum yang mengaturnya. Hal tersebut menjadikan bahwa tanda terikat dengan hukum yang ada dalam masyarakat. Saussure lebih menekankan bahwa tanda memiliki makna karena dipengaruhi oleh bahasa. Dibandingkan dengan bagian-bagian lainnya seperti, adat istiadat, agama dan lain sebagainya.⁴¹

Dalam bukunya Jonathan Culler, Saussure menyebutkan tanda (*sign*) adalah penyatuannya suatu bentuk yang menandakan sesuatu yang oleh Saussure disebut (*significant*) atau penanda dan sebuah gagasan yang ditandai atau petanda (*signifie*).⁴² Penanda dan petanda seringkali diartikan sebagai entitas yang terpisah, namun keduanya hanya muncul sebagai komponen suatu tanda. Tanda tersebut adalah fakta yang sentral dari suatu bahasa. Kaitan antara penanda dan petanda sifatnya arbiter atau dalam KBBI yang berarti orang

⁴⁰ Yuli Puspita Sari, ‘Makna Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu “Deen As-Salam” Cover Nissa Sabyan’, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4 No. (2019), 193–94 <<https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/view/1252>>.

⁴¹ Morissan, ‘Teori Komunikasi Individu Hingga Massa’, 2017.

⁴² Jonathan Culler, *Saussure, Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa*, 1996, xi <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TE RPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>.

yang disepakati oleh kedua belah pihak yang bersengketa untuk memberikan keputusan yang akan ditaati oleh kedua belah pihak, karena tidak ada alasan yang perlu bagi pengaitan suatu konsep ke penanda tertentu. Dengan demikian, tidak ada sifat penentu yang harus dipertahankan oleh konsep tersebut agar dapat dianggap sebagai *signified* (petanda) bagi *signifier* (penanda) tersebut. Petanda yang berkaitan dengan penanda dapat berbentuk apa saja, tidak ada inti makna yang penting yang harus dipertahankan agar dapat dianggap sebagai petanda (konsep) yang sesuai bagi penanda tersebut. Jadi, kenyataannya bahwa kaitan antara penanda dan petanda yang bersifat arbiter berarti tidak ada konsep-konsep universal yang menetap atau penanda universal yang tetap, petanda itu sendiri pun bersifat arbiter, demikian juga dengan penandanya. Baik penanda maupun petanda adalah murni entitas yang sifatnya berkaitan atau diferensial. Penanda dan petanda sifatnya arbiter maka keduanya bersifat relasional (berkaitan).⁴³

Dengan menggunakan pendekatan semiotika Ferdinand de Saussure, tanda-tanda yang terdiri atas penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*). Dalam ceramah Dzawin, banyak pesan dakwah yang disampaikan melalui humor, sindiran, atau pengalihan konteks, yang secara eksplisit tampak sebagai lelucon, namun secara implisit menyimpan ajakan atau teguran moral. Dengan menggunakan teori Saussure, analisis difokuskan pada relasi antara tanda-tanda linguistic dan non-linguistik yang menuntun audiens kepada intrerpretasi tertentu, tanpa harus secara langsung menyatakan maksudnya.

⁴³ Jonathan Culler, *Saussure, Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa*, 1996, xi.

Melalui teori semiotika Saussure, analisis ini menitikberatkan pada bagian relasi antara tanda-tanda linguistic (bahasa lisan, teks, dan dialog) dan non linguistic (gesture, intonasi, visual) yang berperan dalam membentuk makna yang diterima oleh audiens. Kedua unsur tersebut akan bekerja secara simultan untuk membangun pemahaman tertentu yang mengarahkan audiens kepada penafsiran pesan dakwah yang lebih kritis, meskipun tidak selalu disampaikan secara eksplisit.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memandang humor sebagai hiburan semata, melainkan sebagai strategi komunikasi yang memanfaatkan kekuatan tanda untuk menyampaikan nilai-nilai religius secara halus. Humor menjadi media retorika yang mampu menjembatani pesan dakwah dengan bahasa yang lebih akrab, menyentuh, dan mudah diterima, sehingga pesan keagamaan tidak terasa menggurui tetapi tetap mengandung makna yang mendalam.

G. Metode Penelitian

Menurut Muhammad Ramdhan dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian* menyebutkan bahwa metode penelitian secara umum adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menyelidiki, menggambarkan dan menemukan objek yang diteliti, pendekatan ini juga fokus pada pengamatan yang mendalam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini

adalah studi kasus. Studi kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang *actual (real-life events)*, yang sedang berlangsung, bukan sesuatu yang sudah lewat.⁴⁴ Penelitian ini bersifat studi kasus kualitatif, yaitu berfokus pada makna, pengalaman subjektif, dan proses, bukan angka serta cocok untuk menggali retorika dakwah Dzawin Nur Ikram dalam “Lelah dan Menyerah Ampun” pada konten dakwah Kuliah Antum di YouTube menggunakan analisis Semiotika Ferdinand De Saussure.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, pengumpulan data merupakan tahap yang sangat krusial, karena menjadi dasar dalam menjawab rumusan masalah serta membangun argument ilmiah. Metode pengumpulan data dapat bervariasi tergantung pada jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, sehingga penting bagi peneliti untuk memahami serta memilih metode yang paling sesuai dengan karakteristik studi yang dilakukan. Dalam penelitian ini, penlit menggunakan metode dokumentasi, dan studi pustaka sebagai teknik pengumpulan data utama. Analisis semiotika memerlukan perhatian terhadap teks, konteks, dan representasi, sehingga proses observasi dalam penelitian ini

⁴⁴ Mudjia Rahardjo, ‘Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya’ (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017) <<http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf#page=4.80>>.

tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretative, yakni mengkaji bagaimana tanda-tanda (baik verbal maupun non-verbal) bekerja dalam membentuk makna dalam konteks sosial tertentu. Dengan demikian, dokumentasi terhadap konten video dakwah Dzawin Nur Ikram dilakukan secara mendalam untuk mengidentifikasi struktur tanda serta makna ideologis atau kultural yang melekat di dalamnya.⁴⁵

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara mendapatkan data serta informasi dalam berbagai sumber seperti buku, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian, dalam hal ini bisa didapatkan dari konten-konten di akun YouTube Dzawin Nur, Instagram @dzawin_nur.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah proses untuk melakukan tinjauan umum dari karya literatur yang diterbitkan sebelumnya terkait bermacam topik. Karya literatur yang ditinjau dan dipelajari dapat berpaku pada tulisan yang non-fiksi makalah ilmiah, tesis, disertai tulisan di luar karya ilmiah namun masih merupakan tulisan non-fiksi seperti buku atau artikel. Selain observasi dan dokumentasi peneliti mengumpulkan dengan cara mencari referensi dari sumber lain yang berhubungan dengan subjek penelitian yang bisa

⁴⁵ Daniel Chandler, ‘Semiotics: The Basics’, *Choice Reviews Online*, 39.10 (2002), 142 <<https://doi.org/10.5860/choice.39-5578>>.

didapatkan dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, skripsi, atau kepustakaan yang kredibel.

3. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek dan objek dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting untuk menjadi landasan suatu penelitian. Subjek penelitian adalah individu, kelompok, organisasi, atau sumber daya yang akan menjadi data dalam penelitian, sederhananya subjek ini sebagai pihak yang memberikan informasi atau data untuk menjawab dari sebuah penelitian. Sedangkan objek penelitian adalah fakta atau peristiwa yang menjadi suatu masalah dan suatu hal yang ingin diketahui oleh peneliti.⁴⁶

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Dzawin Nur Ikram sebagai pendakwah atau da'i dari video dakwah dengan judul “Lelah dan Menyerah Ampun” pada konten dakwah Kuliah Antum di YouTube.

Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah retorika dakwah, meskipun sudah banyak yang sudah meneliti tentang retorika dakwah. Namun peneliti memilih retorika Dzawin Nur Ikram karena, ia merupakan salah satu yang menghubungkan dakwah dengan komedi.

4. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi 2, yaitu:

⁴⁶ Surokim Dkk., *Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula* (Madura: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom, 2016) <<https://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOM-2016.pdf#page=138>>.

- a. **Sumber data primer:** data primer didapatkan dari YouTube akun @DzawinNur dalam “Lelah dan Menyerah Ampun” pada konten dakwah Kuliah Antum di YouTube.
- b. **Sumber data sekunder:** data sekunder didapatkan dari artikel-artikel ilmiah, jurnal, skripsi, buku yang membahas tentang retorika, penggunaan retorika dalam dakwah, konten “Kuliah Antum” Dzawin Nur, serta analisis semiotika terhadap konten youtube, film, dan video klip.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan upaya untuk menata dan mencari secara sistematis dari hasil observasi, studi pustaka dan hasil lainnya guna meningkatkan pemahaman tentang kasus atau masalah yang diteliti dan menyajikannya dalam temuan bagi orang lain. Sedangkan analisis data menurut Moleong adalah suatu proses mengukur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori dan uraian dasar. Dalam hal ini analisis data harus dilakukan sejak awal dilakukannya pengumpulan data di lapangan, dan hal tersebut harus dilakukan secara intensif agar data yang dikumpulkan di lapangan terkumpul semuanya.⁴⁷

Peneliti menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure untuk menganalisis data, berikut penjelasannya:

⁴⁷ Nurdewi Nurdewi, ‘Implementasi Personal Branding Smart ASN Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara’, *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1.2 (2022), 297–303 <<https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>>.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan analisis Ferdinand De Saussure melalui; tanda (*sign*) yang meliputi aspek huruf, suara, gambar, gerak dan bentuk. Penanda (*signifier*) yang merupakan aspek material dari bahasa dan apa yang di baca dan di tulis dan petanda (*signified*) yang merupakan aspek dari bahasa dan meliputi pikiran dan konsep. Ketiga unsur tersebut harus saling berhubungan tanpa harus menghilangkan salah satu unsur tersebut.⁴⁸ Oleh karena itu peneliti akan melakukan analisis data lewat ketiga aspek tersebut agar mendapatkan hasil yang objektif dan sesuai dengan analisis yang digunakan dalam penelitian.

Data yang dianalisis mencakup identifikasi tanda-tanda kredibilitas (*ethos*) dalam dakwah Dzawin Nur seperti hadits yang disampaikan (*signifier*). Dan apakah tanda-tanda tersebut membuktikan bahwa hadist tersebut sesuai (*signified*).

Identifikasi tanda-tanda emosional (*pathos*) dalam dakwah Dzawin Nur seperti humor dan storytelling (*signifier*). Dan apakah tanda-tanda tersebut menggugah emosi audiens untuk tertawa (*signified*).

Identifikasi tanda-tanda logika (*logos*) dalam dakwah Dzawin Nur seperti pemilihan kata dan struktur kalimat yang diucapkan (*signifier*). Dan apakah audiens menangkap pesan yang disampaikan oleh Dzawin (*signified*).

H. Sistematika pembahasan

Untuk memudahkan pada penulisan dan pembahasan, peneliti membagi sistematika pembahasan menjadi 4 bab yang terdiri dari :

⁴⁸ Adi L, ‘Konsep Dakwah Dalam Islam’, *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid*, 2022 <<https://www.journal.staisyarifmuhammad.ac.id/index.php/jp/article/view/27/34>>.

BAB I: BAB ini yang berisikan, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kajian teori hingga metode penelitian yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian. Bagian ini memberikan gambaran awal tentang pentingnya penelitian, dasar teoretis, metode yang digunakan, serta analisis data.

BAB II: BAB ini akan membahas tentang biografi Dzawin Nur Ikram, membahas tentang channel YouTube Dzawin Nur Ikram, membahas tentang konten “Kuliah Antum” dalam channel YouTube @DzawinNur dan akan membahas salah satu video yang berjudul “Lelah dan Menyerah” yang memiliki durasi 17 menit 39 detik.

BAB III: BAB ini adalah hasil dari penelitian, memaparkan hasil penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui teknik pengumpulan dan analisis data. Analisis diawali dengan semiotika Ferdinand de Saussure (signifier dan signified) untuk mengungkap makna dalam retorika dakwah, kemudian setiap scene yang diamati diklasifikasikan ke dalam ethos, pathos, dan logos. Hasil analisis tersebut selanjutnya dihubungkan dengan teori retorika Aristoteles untuk menghasilkan pemahaman tentang retorika dakwah Dzawin Nur Ikram.

BAB IV: BAB ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap tulisan maupun rekomendasi keberlanjutan proses kegiatan. Serta peneliti nantinya akan menampilkan daftar Pustaka, lampiran dan biodata peneliti.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap konten dakwah “Lelah dan Menyerah Ampun” di Kuliah Antum di kanal YouTube @DzawinNur, dengan menggunakan analisis semiotika Ferdinand de Saussure dan teori retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos), dapat disimpulkan bahwa Dzawin Nur Ikram membangun makna dakwah melalui sistem tanda yang terdiri dari signifier (penanda) dan signified (petanda). Pesan disampaikan tidak hanya secara verbal melalui kata-kata, tetapi juga secara nonverbal melalui ekspresi wajah, intonasi suara, bahasa tubuh, dan elemen visual. Kombinasi tersebut menciptakan pesan moral dan spiritual yang saling menguatkan, mendorong audiens untuk merenung, memproses, dan kembali pada nilai-nilai Islam. Kemudian retorika Aristoteles pada aspek ethos, Dzawin menunjukkan kredibilitas keilmuan agama melalui penggunaan istilah bahasa Arab, kutipan hadits, dan pepatah dari ulama, yang memperkuat posisinya sebagai pendakwah yang berpengetahuan. Pada aspek pathos, pendekatan humor, gaya komunikasi yang akrab, serta cerita yang relevan digunakan untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens, khususnya generasi muda. Dan pada aspek logos, argument yang disampaikan secara logis, terstruktur, dan disertai contoh yang mudah dipahami, sehingga memperkuat isi pesan dakwah. Perpaduan antara kekuatan personal, kemampuan untuk membangkitkan emosi, dan penyampaian yang logis membuat dakwah

Dzawin menjadi menarik, menghibur, sekaligus menyentuh hati audiens. Pesan yang disampaikan tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menyadarkan dan menggugah semangat spiritual khalayak, terutama dikalangan pengguna media sosial.

B. Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan awal bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam mengembangkan kajian dakwah berbasis retorika kontemporer. Kemudian bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan data dengan menganalisis lebih dari satu konten atau membandingkan antara beberapa da'i yang aktif berdakwah di media sosial. Bagi para da'i atau konten creator dakwah digital, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan refleksi bahwa pedekatan retorika yang seimbang antara kredibilitas (ethos), emosi (pathos), dan logika (logos) dapat meningkatkan keefektivitasan penyampaian pesan dakwah. Disarankan kepada generasi muda untuk tidak hanya menikmati konten dakwah yang menghibur, tetapi juga menjadikannya sebagai bahan renungan dan inspirasi untuk perubahan perilaku yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, *Ilmu Dakwah* (Bandung: Citapustaka Media, 2015) <https://ia903406.us.archive.org/18/items/kumpulan-buku-islami/Ilmu_Dakwah_Kajian_Ontologi%2C_Epistemologi%2C_Aksiologi_dan_Aplikasi_Dakwah_by_Prof._Dr._H._Abdullah%2C_M.Si..pdf>
- Adi L, ‘Konsep Dakwah Dalam Islam’, *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid*, 2022 <<https://www.jurnal.staisyarifmuhammad.ac.id/index.php/jp/article/view/27/34>>
- Alam, Syamsul, ‘Stand Up Comedy Indonesia Sebagai Media Kritik Sosial’, *Universitas Alauddin Makassar* (Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2016) <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/3633/1/SYAMSUL_ALAM.pdf>
- Alfianti, Dinda Tiara, ‘Retorika Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand Up Comedy’ (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2015) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33631/1/DINDA_TIARA_ALFIANTI -FDK.pdf>
- Apriansah, Albet, ‘Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Media Youtube Raden Intan Lampung 1444 H / 2023 M 1444 H / 2023 M’, 2023 <https://repository.radenintan.ac.id/30033/1/COVER_BAB_1_BAB_2_DAPUS.pdf>
- Aristoteles, *Retorika* (Yogyakarta: Basa Basi, 2018)
- Chandler, Daniel, ‘Semiotics: The Basics’, *Choice Reviews Online*, 39.10 (2002), 142 <<https://doi.org/10.5860/choice.39-5578>>
- Culler, Jonathan, *Saussure, Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa*, 1996, XI <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI>
- Daulay, Ika Sawidri, ‘Retorika Dakwah Ustad Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “UAS Ceramah Di Mabes TNI AD” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Luxas’, *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47071/1/ILKA_SAWIDRI_DAULAY-FDK.pdf>
- Dkk., Surokim, *Riset Komunikasi Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula* (Madura: Pusat Kajian Komunikasi Publik Prodi Ilmu Komunikasi FISIB-UTM & Aspikom, 2016) <<https://komunikasi.trunojoyo.ac.id/wp-content/uploads/2016/01/BUKU-RISET-KOM-2016.pdf#page=138>>
- Fatmawati, Arum, ‘Retorika Gus Muwafiq Dalam Video Youtube’ (IAIN Kudus, 2022) <<http://repository.iainkudus.ac.id/7530/4/04. BAB I.pdf>>

- Hardani, Helmina Andriani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, Ria Rahmatul Istiqomah, Roushandy Asri Fardani, Dhika Juliana Sukmana, Nur Hikmatul Auliya, *Buku Metode Penelitian Kualitatif, Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, 2020, v
- Hardian, Novri, ‘Dakwah Dalam Perspektif’, *Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 5 /, 2018, 5
<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alhikmah/article/download/92/77>
- Khairunnajwah, ‘Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam “Kuliah Antum” Di Channel Youtube Dzawin Nur’ (UIN Syarif Hidayatullah, 2023)
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73111/1/KHAIRUNNAJWAH-FDK.pdf>
- Khairunnisa, ‘Retorika Dakwah Habib Husein Jafar Dalam Akun Youtube Jeda Nulis Dengan Pendekatan Aristoteles (Ethos , Pathos , Logos)’ (IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2022)
<https://repository.syekhnurjati.ac.id/8422/1/HALAMAN DEPAN.pdf>
- Littlejohn, Karen A. Foss dan Stephen W., *Teori Komunikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014)
- Mahmuddin, ‘Strategi Dakwah Kontemporer Dalam Menghadapi Pola Hidup Modern| Mahmuddin’, 1 (2018), 45–51 https://repositori.uinalauddin.ac.id/12894/1/Prosiding SNDK_Mahmuddin.pdf
- Martha, I Nengah, ‘Retorika Dan Penggunaannya Dalam Berbagai Bidang’, *Prasi*, 6.12 (2010), 62
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/PRASI/article/view/6828/4675>
- Marti, Anis, Ahmad Khairul Nuzuli, and Aan Firtanosa, ‘Peran Video Dakwah Di Youtube Dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan Pada Remaja Di Era Digital’, *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.2 (2023), 130–32
<https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3994>
- Mokodompit, Nurul Fajriani, ‘Konsep Dakwah Islamiyah’, *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.2 (2022), 112–23
- Morissan, ‘Teori Komunikasi Individu Hingga Massa’, 2017
- Mulizar, Mulizar, ‘In Memoriam Konsep Dakwah Dan Pemikiran Pakar Hadis; Prof. Dr. Kh. Ali Mustafa Yaqub, Ma’, *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8.1 (2018), 43–61
<https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.399>
- Mutiara, Destita, ‘Nilai-Nilai Komunikasi Profetik Dalam Syair Gurindam Dua Belas (Analisis Semiotik Ferdinand De Saussure)’, *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhammadiyahan (JASIKA)*, 1.2 (2021), 174–76
<https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.12>
- Noviyanto, Kholid, and Sahroni A. Jaswadi, ‘Gaya Retorika Da ’ i Dan Perilaku Memilih Penceramah’, *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 04.1, Juni (2014), 124–25 <http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/view/40/34>

- Nurdewi, Nurdewi, ‘Implementasi Personal Branding Smart Asn Perwujudan Bangga Melayani Di Provinsi Maluku Utara’, *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 1.2 (2022), 297–303 <<https://doi.org/10.55681/sentri.v1i2.235>>
- Paramita, Sinta, and Lydia Irena, ‘Retorika Digital Dan Social Network Analysis Generasi Milenial Tionghoa Melalui Youtube’, *Jurnal Komunikasi*, 12.1 (2020), 143 <<https://doi.org/10.24912/jk.v12i1.7558>>
- Rahardjo, Mudjia, ‘Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif: Konsep Dan Prosedurnya’ (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017) <<http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf#page=4.80>>
- Rahman, Taufik, Anisah Indriati, and Muhammad K. Ridwan, ‘Prophetic Communication in Historical and Axiological Review’, *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 18.1 (2024) <<https://doi.org/10.24090/komunika.v18i1.7976>>
- Ramdhani, Muhammad, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Cipta Media Nusantara, 2021) <[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Muhammad+Ramdhani,+Metode+Penelitian+\(Yogyakarta:+Cipta+Media+Nusantara,+2021&ots=f3qH5PTt3x&sig=8FqL3YpntyY5Q6Sj8ZK0od8DVGo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Ntw_EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Muhammad+Ramdhani,+Metode+Penelitian+(Yogyakarta:+Cipta+Media+Nusantara,+2021&ots=f3qH5PTt3x&sig=8FqL3YpntyY5Q6Sj8ZK0od8DVGo&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)>
- Rapp, Christof, *Aristotle's Rhetoric*, ed. by Edward N. Zalta and Uri Nodelman (The Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2023) <<https://plato.stanford.edu/archives/win2023/entries/aristotle-rhetoric/>>
- Rizal Agus Stiawan, ‘Peran Dan Tantangan Kepala Sekolah Dalam Implementasi Kurikulum Merdeka Mata Pelajaran PAI Di SMA Islam Sultan Agung 3 Semarang’, 2024 <https://repository.unissula.ac.id/35082/1/Pendidikan_Agama_Islam_31502000118_fullpdf.pdf#page=63.13>
- Sari, Yuli Puspita, ‘Makna Pesan Dakwah Dalam Lirik Lagu “Deen As-Salam” Cover Nissa Sabyan’, *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 4 No. (2019), 193–94 <<https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/JDK/article/view/1252>>
- Savitri, Vira Eka, ‘Retorika Dakwah Ustaz Hanan Attaki Di Channel Youtube Shift Media’ (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022) <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65915/1/VIRA_EKA_SAVITRI-FDK.pdf>
- Sofwati, Aini, ‘Teknik Dakwah Dzawin Nur Ikram Dalam Stand-Up Comedy Penjara Suci’ (UIN Sunan Kalijaga, 2024) <www.slideshare.net/cee0018/teknik-dakwah-rasulullah>
- Suisyanto, *Retorika Dakwah-Dalam*, 2020 <https://digilib.uinsuka.ac.id/id/eprint/42062/11/RETORIKA_DAKWAH_DALAM_PERSPEKTIF_AL-QURAN.pdf#page=11.44>
- Wibawa, Agung Tirta, ‘Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube’, *Sustainability (Switzerland)*, 11.1 (2019), 1

<<https://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/rasi/article/view/23/31>>

Wicaksana, Arif, and Tahar Rachman, ‘Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik’, *Retorika, Metode Dan Komunikasi Publik*, 3.1 (2018), 10–27
<file:///C:/Users/Microsoft/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/I/E/MEDPJLLX/RETORIKA[1].pdf>

Yusuf Afandi, ‘Kolaborasi, Kreatifitas Dan Keamanusiaan: Aktivitas Dakwah Habib Jafar Di Youtube’, *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5.2 (2023), 36–42
<<https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2200>>

