

Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok

Unsiyatul Uyun

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

unsiyatuluyun@gmail.com

Abstrak. Dimulai dengan ilmu teknologi yang semakin pesat dalam menciptakan beberapa fitur canggih yang menawarkan kemudahan. Beberapa aktivitas manusia bisa dipersingkat seperkian detik pada era digitalisasi kali ini. Begitu pula dengan aktivitas dakwah Islam, Islam sebagai agama *Rahmatan Lil Alamin* tentu harus memiliki sifat fleksibel serta berimplikasi inklusifitas dalam menghadapi dinamika globalisasi. Beberapa media baru diciptakan baik membawa dampak positif maupun negatif ditelan secara gegabah oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah aplikasi Tiktok. Tiktok sebagai platform media baru berisi hiburan, edukasi serta informasi mulai menciptakan banyak dampak buruk bagi generasi millennial yang mudah tersulut keseragaman modernisasi. Namun Husain Basyaiban sebagai salah satu da'i generasi millennial mulai menciptakan definisi baru terhadap makna aplikasi tersebut. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kajian content analysis, penelitian ini difokuskan bagaimana Husain Basyaiban sebagai da'i muda menerapkan retorika dakwah sebagai point utama dalam menyampaikan pesan dakwahnya dalam media sosial Tiktok, serta bagaimana Husain Basyaiban mengatur strategi dakwahnya dalam media sosial Tiktok. Penelitian ini menggunakan teori retorika oleh Aristoteles dengan hasil penelitian bahwa bahwa retorika dakwah Husain Basyaiban dalam seluruh konten video dakwah yang diproduksinya dalam media tiktok menjadi salah satu stimulus terbesar dalam membentuk karakter perilaku manusia sesuai ajaran Islam melalui media sosial.

Kata Kunci: Retorika Dakwah, Media Sosial Tiktok, Husain Basyaiban

Abstract. Starting with the science of technology which is growing rapidly in creating some sophisticated features that offer convenience. Some human activities can be shortened by a fraction of a second in this digitalization era. Likewise with Islamic da'wah activities, Islam as the religion of *Rahmatan Lil Alamin* certainly must have a flexible nature and have inclusive implications in facing the dynamics of globalization. Several new media created, both positive and negative, were swallowed up recklessly by the Indonesian people, one of which is the Tiktok application. Tiktok as a new media platform containing entertainment, education and information has begun to create many bad impacts for the millennial generation, which is easily ignited by modernization uniformities. However, Husain Basyaiban as one of the millennial generation preachers began to create a new definition of the meaning of this application. Using qualitative research methods with the type of literature study research, this research is focused on how the application of tiktok as an entertainment application can become a media for preaching to the millennial generation this time, as well as how Husain Basyaiban manages his da'wah strategy for users of the application, and how Husain Basyaiban as a preacher in Young applies da'wah rhetoric as the main point in conveying the contents of his da'wah message. This study uses the hypodermic needle theory with the results of the study that Husain Basyaiban's da'wah rhetoric in

all the da'wah video content he produces on Tiktok media is one of the biggest stimuli in shaping the character of human behavior according to Islamic teachings through social media.

Keywords: *Da'wah Rethoric, Social Media Tiktok, Husain Basyaiban*

PENDAHULUAN

Pada proses perjalanan abad ke 21 menjadikan dunia sering terbentur oleh sindrom globalisasi. Dimana dunia seperti menciptakan inovasi kemudian memberikan tuntutan baru kepada agama agar mampu beradaptasi dengan globalisasi. Hal tersebut bermakna munculnya kepentingan agama dalam perjalanan reaktualisasi (reidentifikasi) firman-firman Allah SWT dalam Al – Quran. Jika tidak demikian, maka syi'ar agama Islam akan sulit dilibatkan untuk menjabarkan dinamika global dalam seluruh dimensi kehidupan ummat.¹

Islam sebagai agama senantiasa memberikan dorongan kepada pemeluknya agar selalu berperan dalam syi'ar dakwah. Dimana perkembangan serta kemerosotan agama Islam begitu bergantung pada penyampaian dakwah yang telah dilaksanakannya. Dakwah adalah aktivitas yang dilaksanakan ummat Islam untuk memberi ajakan kepada ummat manusia kedalam jalan Allah dalam semua aspek kehidupan, kemudian akan tercipta dalam kehidupan yang *usrah jam'ah* dan *ummah* hingga tercapai *khairu ummah* ².

Sesuai dengan misi dakwah sebagai *Rahmatan lil Alamin*, menjadikan agama islam harus disajikan dalam bentuk wajah yang menarik agar ummat lain memiliki pengamatan serta pengetahuan bahwa keberadaan agama Islam bukanlah sebagai intimidasi seperti persepsi yang mereka pahami selama ini, namun sebagai agama yang membawa kedamaian sekaligus pengantar menuju kebahagiaan dunia dan akhirat.

Berhubungan dengan hal tersebut masyarakat millennial tentu membutuhkan dakwah yang berbeda. Dimana dalam penyampaian dakwah tersebut di anggap penting untuk menciptakan strategi sehingga dakwah yang di syiarkan akan sampai terhadap masyarakat yang dituju. Pada era millennial seorang pendakwah perlu berkontribusi dalam memanfaatkan media sosial sebaik- baiknya, utamanya dalam media baru. Faktor pesatnya kemajuan pada era digitalisasi telah menjadi tuntutan kepada setiap pendakwah untuk melakukan pendekatan millennial guna menyajikan pemahaman dakwah dengan sangat mudah. Karena dengan kemajuan ilmu teknologi yang menghasilkan dampak positif seperti contoh sederhananya

¹ Ahmad Muis, *Komunikasi Islam* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001).

² A. Basit, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Rajawali Press, 2013).

adalah dengan kemajuan ilmu teknologi informasi akan lebih sampai kepada objek yang dituju tentu dengan sangat afektif.

Media online sebagai *alternated media* yang paling sederhana dalam memperoleh akses berita informasi maupun edukasi, dikarenakan media online sebagai fasilitas paling efektif yang tercipta pada era digitalisasi kali ini. Semakin bertambahnya tahun maka bertambah pula aplikasi yang diciptakan dengan fitur canggih yang tersedia. Media sosial kemudian dipilih oleh pendakwah dalam menyebarkan agama islam dengan target audiens yang beragam dan tentu saja dengan waktu yang terbilang cepat. Hal tersebut menjadikan dakwah lebih mudah karena media sosial telah digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat. Seperti salah satu aplikasi media sosial yang mulai banyak digunakan pada tahun 2023 adalah Tiktok.

Media sosial Tiktok merupakan suatu jejaring sosial dan platform music video yang diluncurkan oleh negara Tiongkok pada tahun 2016 lalu. Aplikasi tersebut tercipta agar para penggunanya menggunakan fitur yang tersedia sekreatif mungkin. Tidak hanya digemari oleh kaum millennial, namun aplikasi ini juga digemari oleh kaum dewasa yang memerlukan hiburan³.

Tiktok sendiri telah menjadi platform yang dapat dikaitkan dengan berbagai macam hal di masyarakat seperti menyajikan informasi berita terkini, membagikan resep makanan terbaru, edukasi beberapa pembelajaran, sebagai ladang bisnis, serta konten dakwah seperti yang tengah di lakukan oleh Husain Basyaiban dan *content creator* dakwah yang lain.

Dakwah konvensional atau dakwah klasik yang mana dilaksanakan secara *face to face* tentu hanya bisa menjangkau mad'u pada dalam satu wilayah saja. Namun dengan perkembangan teknologi digitalisasi, da'i memiliki upaya menjangkau khalayak lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah pada media sosial jauh lebih mudah diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.

Dengan hal tersebut diharapkan da'i dapat mengasosiasikan dakwah menggunakan retorika dakwah yang benar. Proses mensyiarkan dakwah dalam melibatkan media sosial yang kini tersedia cenderung menciptakan peluang diterima dengan lebih mudah. Seseorang dapat menunjukkan kemudahan dalam proses mencapai tujuan dakwah dengan menerapkan

³ Hariansyah, *Millenials Bukan Generasi Micin* (Bandung: Geupedia Publisher, 2018).

prinsip retorika pada paham positivisme dalam dakwahnya, hal tersebut dirasa cukup membantu supaya dakwah memiliki daya tarik tersendiri bagi penerima pesan ⁴.

Salah satu da'i muda terkenal dalam pemanfaatan media Tiktoknya adalah Husain Basyaiban. Menjadi salah satu da'i muda pada aplikasi Tiktok, Husain Basyaiban dinobatkan sebagai pendakwah millennial pada era digital. Husain adalah seorang da'i muda yang sebelumnya hanya dikenal oleh teman sejawat dan para santrinya, namun dengan keistiqomahannya dalam mensyiarkan dakwah melalui konten dakwah yang ia produksi, Husain kemudian mendapatkan kepercayaan dari *followers* Tiktoknya sebagai penda'i muda yang memiliki pengaruh besar untuk saat ini. Atas kepercayaan netizen yang ia dapatkan, kini Husain telah mencapai 5,9 M pengikut pada akun Tiktoknya yaitu *@kadamsidik00* serta mendapatkan 313,1 M like pada awal bulan Juni 2023.

Tidak hanya sebagai seorang pendakwah, Husain telah sering menjadi seorang penengah apabila terjadi kericuhan atau kontroversial yang berkaitan dengan ajaram agama Islam pada aplikasi Tiktok. Maka pada kasus tersebut dirasa urgent agar terhindar dari beberapa kesalahan fatal dalam proses penyampaian dakwah, pendakwah di upayakan harus menyampaikan sesuatu yang aktual, menggunakan metode yang benar serta tepat dan memiliki kreativitas di era modern dalam penyampaian dakwahnya di media ⁵.

Dengan begitu dalam menyampaikannya dakwahnya Husain Basyaiban selalu dibungkus secara singkat namun jelas, unik dan menarik viewers serta jelas menggunakan gaya modern khas millennial disertai refrensi yang tepat yakni dalil Al Quran dan hadits sebagai refrensi yang relavan sehingga memberikan kemudahan pada generasi millennial untuk mempelajari ajaran agama islam melalui via online.

Husain Basyaiban mencoba mengunggah produksi konten dakwahnya semenjak tahun 2018 melalui postingan Instagramnya. Kemudian Husain mengungkapkan alasan dibalik dakwahnya di media sosial adalah karena ia sangat menyukai *public speaking*. Setelah itu Husain berfikir untuk menyampaikan ilmu yang telah dipelajarinya selama ini agar bermanfaat bagi orang lain. Kemudian ia mulai eksis dalam memanfaatkan akun Tiktoknya dan tidak menyangka bahwa konten dakwah nya disambut positive oleh pengguna media sosial Tiktok.

⁴ Bobby H. Trilaksono.dkk, "Media Retorika Dakwah Pada Era Millennial," *jurnal kajian komunikasi dan budaya islam* 01, no. 01 (2021): 10.

⁵ Puput Puji Lestari, "Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial," *Jurnal dakwah: media komunikasi dan dakwah* 21, no. 01 (2020): 41.

Namun ditengah maraknya dakwah menggunakan media sosial tidak berarti da'i tidak memiliki terpaan dalam proses dakwahnya. Dakwah dalam media sosial justru memiliki tantangan yang lebih kompleks. Hal tersebut akibat realitas sosial yang terjadi justru semakin beragam, dan kesenjangan yang tidak sengaja terjadi pada masyarakat menjadi masalah yang tidak bisa dihindarkan. Tugas da'i dalam media sosial tidak hanya menyampaikan materi dakwah, namun mereka masih harus menghadapi masyarakat media sosial dengan beragam permasalahannya, seperti terbentuknya budaya dan gaya hidup yang seragam. Hal tersebut menjadi cikal bakal tersebarnya sifat hedonisme serta intens dan masifnya infiltrasi budaya asing yang bertolak belakang dengan moral agama dan identitas kepribadian bangsa.

Dakwah pada era digitalisasi memang bukanlah kegiatan yang mudah namun juga tidak menjadi hal yang sulit. Karena hal itu da'i di tuntut untuk selalu inofatif dan peka terhadap pesatnya perkembangan zaman yang ada. Salah satu proses dakwah yang sulit adalah karena sang da'i harus menerima kenyataan bahwa dakwahnya diterima atau tidak disukai adalah dengan membaca kolom komentar videonya. Dari kolom komentar videonya da'i akan mengetahui tentang pro atau kontra netizen Indonesia atas pemikiran serta dakwahnya. Maka dakwah dalam media sosial tidak hanya memiliki kepiawayan dalam ber media sosial tapi harus memiliki pengetahuan yang banyak serta wawasan yang luas agar mampu menyampaikan materi dengan baik dan jelas, serta ketika mad'u menonton konten dakwahnya yang tercipta adalah pemahaman agama bukan pemantik kebencian atau bahkan perpecahan.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan agar kita mengetahui bahwa sejatinya dakwah adalah mengajak, maka menjadi seorang da'i harus melakukan riset terlebih dahulu tentang subjek yang akan ia ajak. Juga mengetahui bagaimana retorika dakwah Husain Basyaiban dalam memanfaatkan media tiktonya sebagai *content creator* dakwah yang telah memiliki 5,9 M pengikut aktif serta menjadi da'i ideal generasi millennial pada era digitalisasi ini.

Dalam penulisan ini penulis menggunakan teori retorika oleh Aristoteles dimana Aristoteles memandang retorika sebagai *"the facult of seeing in any situation the available means of persuasion"* yang memiliki makna bahwa retorika merupakan kemampuan memilih menggunakan Bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempersuasi orang lain dalam hal mengetahui, memahami, dan menerima maksud dari pesan yang disampaikan pembicara).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan kajian *content analysis*. Penelitian kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran suatu fakta nyata atau untuk mengetahui topik yang tengah dilakukan riset oleh peneliti. Hal tersebut dapat diketahui bahwasanya penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat alami dengan hasil data berupa deskripsi tanpa menggunakan hitungan matematik atau sesuatu yang dapat di ukur.

Dengan kajian *content analysis* atau analisis isi yaitu mendeskripsikan serta menganalisis mengenai penerapan retorika dakwah Husain Basyaiban dalam media sosial Tiktok. Data yang diperoleh oleh peneliti berasal dari dokumentasi video Tiktok. Untuk menganalisis data, mengidentifikasi objek yang diteliti, memberikan pemaparan dan penafsiran pesan yang terkandung didalamnya.

Menggunakan teori retorika oleh Aristoteles yang mana ia kenalkan pertama kali pada 384- 322 SM sebagai sebuah ilmu yang berdiri sendiri, yang kemudian semakin menyebar luas, berkembang dan banyak digunakan di berbagai bidang hingga saat ini.⁶

Dalam teori retorika ini, Aristoteles memberikan dua asumsi, yaitu: 1). Seorang pembicara yang efektif harus mempertimbangkan audiens, karena audiens menjadi salah satu pengaruh besar efektivitas seorang pembicara sebagai penentu keberhasilan dalam penyampaian pesan. 2) Pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti nyata dalam presentasi mereka yang meliputi tiga hal yakni *ethos* (kredibilitas atau dapat dipercaya), *pathos* (perasaan atau emosional), dan *logos* (bukti nyata)⁷.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Singkat Husain Basyaiban

Husain Basyaiban merupakan seorang intelektual muslim yang menjadi salah satu *content creator* dakwah Islam pada aplikasi Tiktok. Husain Basyaiban merupakan putra Kiyai Sufyan menjadi anak bungsu dari lima bersaudara, dan tercatat sebagai warga Madura yang lahir di Mekkah pada 12 Agustus 2002 dan menghabiskan masa kecilnya di Mekkah selama lima tahun.

Abdullah Nasih 'Ulwan berpendapat bahwa dalam diri seorang da'i harus terdapat beberapa komponen dan peran, tidak hanya tercipta sebagai *muballigh* atau seorang

⁶ Dhanik Sulistyarini, Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Banten: CV. AA RIZKY, 2020).02

⁷ Jalaludin Rakhmat, *Retorika Modern: Pendekatan Praktis* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998).

penceramah, ia juga harus mampu sebagai pendidik masyarakat atau *roll model* masyarakat kini. Dengan peran dan komponen tersebut da'i harus memiliki bekal pengetahuan untuk disampaikan, dan komponen tersebut dapat diperoleh melalui pendidikan baik formal maupun non formal, baik latihan maupun juga pengalaman. Karena salah satu sumber *ethos* adalah otoritas ilmu serta pengalaman.⁸

Maka dari itu Husain menempuh pendidikan nya dimulai dari Sekolah Dasar Jaddih 01 Bangkalan pada tahun 2008- 2014, setelah itu ia melanjutkan Pendidikan nya di di MtsN Bangkalan, tahun 2014- 2017 dan MAN Bangkalan pada tahun 2017- 2020, setelahnya ia memilih UIN Sunan Ampel Surabaya Jawa Timur sebagai Pendidikan tingginya ⁹.

Husain merupakan seorang *content creator* dakwah yang banyak digemari oleh kaum millennial dengan dakwahnya yang menarik dan unik, Husain berhasil menarik perhatian pengguna media Tiktok. Metode dakwah Husain dikenal dengan serius dan tegas namun tetap santai serta berdalilkan Al- quran dan Hadits dalam setiap konten yang ia produksi.

Ilmu agama yang dimilikinya menjadikan Husain Basyaiban mendapat berbagai prestasi dalam bidang agama. Ia menjadi *public speaker* dalam berbagai acara *talkshow* di berbagai kota. Melihat peluang dakwah pada media sosial Tiktok, Husain memanfaatkan kepopulerannya dalam berdakwah. Husain Basyaiban aktif berdakwah sejak tahun 2018 pada akun Instagramnya, karena menyukai *public speaking* kemudian Husain berpikir bahwa ia harus menyampaikan apa yang telah ia pelajari agar bermanfaat bagi orang lain, kemudian ia mulai terjun pada aplikasi tiktok sejak maret tahun 2020 hingga pada tahun 2023 Februari followersnya tengah mencapai 5,7 M pengikut dengan 298,3 M jumlah like yang ia dapat dari seluruh konten videonya. Sebagai salah satu pertanda bahwa telah banyak impact yang diletuskan oleh generasi muda untuk dunia dakwah.

Husain membuat akun pada platform Tiktok tidak berniat menjadikan sebagai wadah berkreasi untuk mengunggah video joget atau hiburan lain nya. Ia bertujuan menjadikan akun tikoknya sebagai wadah untuk menyebarkan kebaikan mengenai kajian islami. Di umurnya yang menginjak 20 tahun Husain mampu menjawab pertanyaan – pertanyaan netizen

⁸ A.N. Ulwan., *Silsilah Madrasah Ad- Duat: Fusul Al- Hadifah Fi Fiqh Al- Dakwah Wa Al- Daiyah* (kairo: Dar al Islam, 2002).

⁹ Riska Amelia, "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tik Tok" (UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021).

mengenai permasalahan tentang agama dengan retorika dakwah yang dimilikinya sehingga menjadi mudah diterima oleh penonton ¹⁰.

Selain menjadi content creator dakwah Husain Basyaiban aktif di berbagai acara keagamaan diluar. Seperti kerap kali di undang untuk mengisi kajian, majelis, baik secara online melalui zoom atau bahkan offline keluar kota.

2. Retorika Dakwah Husain Basyaiban

Dalam proses penyampaian sesuatu seseorang tentu perlu memahami maksud serta tujuan materi yang akan disampaikan. Dengan begitu pesan yang hendak disampaikan kepada khalayak akan lebih mudah diterima nantinya. Dalam setiap penerapannya retorika kerap digunakan pada aktivitas dakwah untuk menarik perhatian sasaran yang ingin di tuju. Terciptanya retorika yang baik tentu dapat mempengaruhi pada penerimaan isi pesan yang didapatkan oleh khalayak

Esensi retorika sendiri adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk menarik perhatian orang banyak menggunakan kepandaian berbicara, khususnya di depan khalayak ramai. Retorika juga memiliki arti sebagai seni berkomunikasi baik secara lisan ataupun tulisan yang dilakukan secara individual maupun berkelompok secara tidak langsung ataupun secara bertatap muka ¹¹.

Dilihat secara general retorika bisa disebut sebagai seni berbicara untuk mempengaruhi masyarakat baik melalui media oral atau tertulis dalam pemaknaannya, retorika sendiri berasal dalam istilah bahasa Inggris, yaitu *rhetoric* yang sumbernya dari kata *rhetorica* yang memiliki arti ilmu dalam berbicara ¹².

Secara substantif dalam retorika dakwah, pendakwah hanya menunjukkan jalan menuju cahaya kebenaran melalui pesan dakwah yang mereka sampaikan kepada manusia agar di ikuti. Meski demikian otoritas menanamkan keimanan dihati manusia menjadi hak atau wewenang penuh Allah SWT. Dalam urusan mengajak dan mempengaruhi, pendakwah tentu memiliki potensi untuk mempengaruhi dan dipengaruhi, salah satu caranya dengan melalui kualitas diri pendakwah, disamping ilmu yang dimiliki juga kemampuan haruslah digerakkan.

¹⁰ Lutfi Ulfa Ni' Amah Anggita Falestyana, "Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok @basyasman00)," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah* 02, no. 01 (2022): 09.

¹¹ S.H Hidayatullah, "Perilaku Generasi Millennial Dalam Menggunakan Aplikasi Go Food," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 02, no. 02 (2018): 06.

¹² Fitriani Utami Dewi, *Public Speaking Kunci Sukses Bicara Di Depan Publik* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2013).

Kekuatan tersebut juga bisa dikenal dengan kata “kharismatik” baik karena kepemimpinannya atau bahkan otoritas ilmu dan pengaruh¹³.

Wahidin Saputra dalam tulisannya mengatakan bahwa retorika merupakan suatu ilmu untuk mempelajari bagaimana cara bertutur kata dihadapan masyarakat dengan baik dan sistematis, logis dan memberikan pemahaman serta keyakinan kepada orang lain terhadap apa yang tengah disampaikan¹⁴.

Terdapat lima hal dalam retorika, yaitu *inventation* (penciptaan), *style* (gaya), *arrangement* (pengaturan), *memori* (ingatan) dan *delivery* (penyampaian). Seseorang yang melakukan retorika harus melakukan dua spek yaitu bahasa dan penggunaan atas bahasa tersebut sebab keduanya adalah hal *urgent* dalam efektivitas keberhasilan atas pesan-pesan yang disampaikan. Sebab tujuan dari retorika adalah *to inform* (memberikan keterangan), *to convince* (meyakinkan dan menginsafkan), *to inspire* (memunculkan inspirasi), *to entertain* (menghibur), dan *to actuate* (menggerakkan)¹⁵.

Dalam perkembangan selanjutnya retorika sering di identikkan dengan *public speaking* (kemampuan berbicara di depan umum). Banyak pendapat mengatakan bahwa retorika tidak hanya kemampuan berbicara di depan umum, tetapi juga mencakup seni menulis. Hal tersebut menjadi sebab para ahli komunikasi cenderung lebih menempatkan retorika sebagai gabungan seni berbicara dihadapan banyak orang serta memiliki pengetahuan untuk meyakinkan orang lain terhadap suatu masalah menggunakan pendekatan persuasi¹⁶.

Dalam retorika terdapat beberapa istilah:

- 1) Gaya bahasa: gaya Bahasa merupakan suatu cara menggunakan bahasa atau style, gaya bahasa kerap kali mendapatkan masalah dari bagian diksi atau pemilihan kata antara cocok atau tidaknya dalam menghadapi situasi tertentu, dengan begitu gaya bahasa yang baik harus mengandung unsur kesopanan, kejujuran serta menarik¹⁷. Dalam gaya bahasa Husain Basyaiban ia menggunakan gaya bahasa percakapan, yakni pilihan kata yang disampaikan terlihat seperti sebuah ajakan percakapan

¹³ Ahmad Murtadho, “Charisma Of The Preacher as a Communicator,” *Jurnal spektrum komunikasi* 07, no. 01 (2019): 17.

¹⁴ Wahidin Saputra, *Retorika Dakwah Lisan (Buku Ajar Fakultas Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Jakarta: Dakwah Press, 2006).

¹⁵ Toto tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: gaya media pratama, 1997).

¹⁶ Mohd. Rafiq, “Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah,” *Fitrah Jurnal Ilmu Ilmu Keislaman* 01, no. 01 (2015): 02.

¹⁷ Mochammad Syahrul Gunawan, “Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) Di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam Youtube,” *Skripsi (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SALATIGA, 2020)*.

menggunakan kata- kata populer. Hal tersebut menjadikan dapat menepis anggapan masyarakat bahwa dakwah merupakan kegiatan keagamaan yang mengandung unsur kekerasan atau disampaikan secara kaku hingga membosankan itu tidaklah benar.

- 2) Gaya suara: gaya suara merupakan seni berkomunikasi untuk menikmati perhatian dibawakan dengan gaya irama yang berubah- ubah sambil memberikan penekanan atas apa yang tengah menjadi perhatian. Berdasarkan gaya suara Husain kerap menggunakan gaya sederhana saat tengah memberi intruksi, perintah, pelajaran dan sejenisnya. Husain juga menggunakan gaya mulia dan bertenaga, dimana gaya tersebut digunakan untuk menggerakkan sesuatu menggunakan kekuatan dan vitalitas nada ke agungan, gaya tersebut mampu menggerakkan kemudian menggertakan emosi pendengar. Terakhir Husain Basyaiban juga tidak lupa untuk menggunakan gaya menengah yaitu dengan menggunakan suara yang lemah lembut untuk menciptakan suasana yang damai dan tenang serta sedikit menyelipkan humor yang sehat.
- 3) Gaya gerak tubuh: merupakan gerakan fisik yang digunakan untuk menyampaikan makna, menarik perhatian, serta menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat. Gaya gerak tubuh digunakan seperti berjalan dari satu tempat ketempat lain, atau bahkan menggerakkan sebagian postur tubuh sesuai dengan ekspresi yang ingin disampaikan.

Dalam penampilan dakwahnya, Husain Basyaiban juga memiliki style keunikan tersendiri dalam setiap penampilannya, ia bahkan mengakui bahwa penampilan dakwahnya di tiktok dengan penampilan dakwahnya secara langsung pada majelis ilmu itu sangatlah berbeda. Dalam kegiatan dakwah yang dilaksanakan secara konvensional Husain memilih mengenakan pakaian muslim seperti gamis dan kopyah, namun dalam penyampaiannya melalui tiktok husain memilih mengenakan pakaian santai seperti kaos, hoodie, tanpa kopyah serta menggunakan bahasa gaul sesuai dengan perkembangan media untuk menarik perhatian target utama dakwahnya yakni anak muda generasi millennial ¹⁸

¹⁸ Agus triyono Lutfiana Allisa, "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 07, no. 01 (2023): 29.

Jenis retorika yang digunakan oleh Husain Basyaiban termasuk dalam jenis monologika karena termasuk dalam pidato atau ceramah yang bersifat satu arah, hanya seseorang yang berbicara dan yang lain mendengarkannya. Serta bersifat informatid karena dibawakan dengan bersungguh- sungguh, ilmiah, objektif serta rasional.

Sedangkan dakwah dapat di artikan sebagai upaya yang dilakukan secara terus menerus untuk membentuk perubahan pada pikiran manusia (*fikrah*), perasaan (*syu'ur*) dan tingkah laku (*suluk*) yang membawa mereka kepada jalan Allah sehingga tercipta masyarakat yang Islami (*Al Mujtama' Al Islami*)¹⁹.

Syekh Ali mahfud dalam kitab hidayatul mursyidin mendefinisikan dakwah adalah sebuah dorongan terhadap manusia agar melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk atas apa yang telah Allah ciptakan, menyeru ummat agar berbuat baik dan menghindari dari kemungkaran demi mendapatkannya kebahagiaan dunia dan akhirat.

Pada dimensi yang luas dakwah memiliki empat aktivitas utama, (1) memberikan peringatan masyarakat terhadap makna kebenaran dan keadilan menggunakan lisan, (2) menciptakan komunikasi islam yang baik melalui karya tulisnya, (3) memberikan contoh teladan atas berakhlak atau ber prilaku yang baik, dan (4) memberikan tindakan tegas terhadap kemampuan fisik, harta dan jiwanya dalam prinsip- prinsip ilahi²⁰.

Sesuai dengan disiplin ilmu dan dan sasaran dakwah, terdapat lima hal yang menjadi point penting dalam tujuan dakwah di antaranya adalah :

- 1) Dakwah merupakan sebuah solutif untuk mengatasi problematika ummat
- 2) Dakwah untuk membentuk masyarakat agar sesuai dengan ajaran agama Islam
- 3) Menyeru serta mengajak manusia agar berjalan ke arah yang benar, dengan mengingatkan apa saja larangan yang telah di syiarkan oleh agama, yang mana hal tersebut dapat membahayakan diri sendiri maupun masyarakat sekitar
- 4) Mengenalkan materi serta memberikan penjelasan atas apa yang terkait didalamnya
- 5) Menjaga manusia agar tetap pada fitrahnya serta berpegang teguh terhadap Al- Quran dan hadits²¹

Sedangkan fungsi dari dakwah adalah untuk menjaga orisinalitas pesan dakwah, serta mencegah datangnya murka dan laknat Allah SWT. Dakwah juga berfungsi sebagai penanaman

¹⁹ Asep Syamsul Muhammad Romli, *Jurnalistik Dakwah, Visi Dan Misi Dakwah Bil Qalam* (Bandung: remaja rosdakarya, 2003).

²⁰ Hendi Suhendi Salma Humaira Supratman, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai- Nilai Keberagamaan," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 02, no. 02 (2022): 02.

²¹ Abdul Wahid, *Gagasan Dakwah: Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*, ed. kencana (Jakarta, 2019).

nilai- nilai keislaman seperti rasa nyaman, aman dan menyejukkan. Disamping itu dakwah haruslah mampu mempengaruhi dan mengendalikan berbagai perubahan perilaku manusia yang terdampak oleh dinamika globalisasi ²².

Retorika dan dakwah merupakan sesuatu yang berkesinambungan, sebab makna dari retorika itu sendiri adalah sebuah kemahiran dan kepandaian dalam menggunakan bahasa untuk menciptakan sebuah pikiran dan perasaan. Sedangkan dalam dakwah, sebuah kemahiran seni dalam penggunaan bahasa menjadi sebuah persoalan dasar dalam proses tersampainya dakwah, sehingga kedua hal tersebut menjadi saling berkaitan dan tidak terpisahkan.

Retorika dakwah adalah sebuah keterampilan menyampaikan pesan yang mengandung unsur ajaran Islam secara lisan yang bertujuan untuk menciptakan sebuah kondisi dan situasi yang Islami. Retorika dakwah sebagai cabang dari ilmu komunikasi yang memberikan pembahasan mengenai bagaimana tata cara untuk menyampaikan pesan kepada orang lain melalui seni berbicara atau bisa disamakan dengan *public speaking*. Dalam Bahasa Arab retorika biasa disebut dengan *Fannul Khitabah* atau *Muhadharah*, sedangkan dalam istilah Bahasa Indonesia retorika lebih dikenal dengan sebutan pidato atau ceramah.

Maka retorika dakwah adalah suatu kemahiran seni terampil dalam membawakan atau menyampaikan pesan-pesan ajaran agama Islam melalui lisan. Pesan yang akan disampaikan adalah ajaran Islam yang akan memberikan sebuah pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan kepada masyarakat luas dan dapat dipahami dengan baik. Menggunakan teori jarum hypodermic Husain telah berhasil melakukan retorika dakwah dalam setiap penyampaian materinya, hingga dengan mudah pesan yang disampaikan menuju bahkan mempengaruhi obyek dakwahnya.

Pada akun tiktoknya @kadamsidik00 Husain mulai menyebar luaskan konten terkait dakwah Islam dengan pola penyampaian yang singkat dan lugas, materi yang ia sampaikan tentunya menggunakan dalil yang jelas sebagai penguat materi, sehingga hal tersebut memberikan daya tarik sendiri bagi para pengguna Tiktok. Husain juga sering melakukan *stitch* video yang tengah viral atau tengah dibicarakan oleh pengguna Tiktok lain nya lalu dikaitkan dengan sudut pandang Islam.

²² Eko Sumadi, "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi," *Jurnal at-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2016): 180.

Salah satu ciri retorika dakwah Husain Basyaiban adalah Husain selalu memilih kalimat yang akan di ungkapkan dengan berhati- hati, yang di anggap paling sesuai atau cocok kemudian disampaikannya secara persuasif sehingga tujuannya sebagai komunikator dapat tersampaikan, diketahui, dipahami serta diterima dengan baik dan tercapai.

Juga telah banyak sekali pertanyaan yang di ajukan netizen melalui kolom komentar video Tiktoknya ataupun lewat *direct message* yang ia terima di instagram nya. Husain kemudian mengangkat beberapa masalah lalu membahasnya dalam konten video Tiktoknya dengan penjabaran yang lugas dan detail. Husain juga kerap menjawab pertanyaan netizen dengan menampilkan video permasalahan yang men *tag* akun Tiktoknya kemudian menanggapi video tersebut dengan menyertakan penjelasan sesuai Hadits dan Al- Quran.

Konten dakwah Husain Basyaiban yang ia unggah pada akun Tiktoknya @kadamsidik00 tentu memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan pendakwah lainnya. Penyampaian dakwah yang ia sampaikan terdiri dari beberapa bidang termasuk bidang fiqh dan akhlak. Sasaran utama dakwahnya adalah remaja, namun tidak menutup kemungkinan bahwa dakwahnya tengah diminati oleh seluruh lapisan masyarakat. Namun dilihat dari banyak komentar yang ada pada akun @kadamsidik00 dapat dikatakan bahwa konten dakwahnya di dominasi oleh kalangan remaja yang antusias dengan isi dakwahnya, berbagai komentar yang berisi pujian membanjiri kolom komentar videonya.

Konten video yang ia unggah kerap mendapatkan jumlah like hingga ratusan juta dan pengikut yang menjadi jutaan hingga menjadikan akun @kadamsidik00 cukup sering FYP menandakan bahwa akun ini mendapatkan perhatian lebih dari *platform* Tiktok²³.

Husain telah menerapkan retorika dalam setiap dakwahnya, dimana hal tersebut menjadi point penting sebagai pendukung dalam tercapainya keberhasilan tujuan dakwah. Husain menggunakan retorika dakwahnya dengan tepat, hingga ia dapat mempersuasi para pengguna media sosial Tiktok yang menonton videonya. Setiap penonton video dakwahnya akan merima pesan dakwah yang kemudian mereka mengaplikasikannya pada tindakan dan juga perilaku sehari- hari.

Dalam menyampaikan dakwahnya Husain tidak pernah menggunakan teks atau seperti membaca, Husain terlihat sangat hafal dan fasih atas apa yang akan disampaikannya. Suara Husain Basyaiban juga sangat merdu saat membaca ayat- ayat Al Quran sebagai penguat

²³ Dian Nur Utami, "Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok," (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

penyampiannya, tidak seikit penonton yang merasa terpukau dengan lantunan ayat sucinya yang merdu serta pelafalan makhorijul hurufnya yang benar.

Dalam konsep *good competence*, sebagai seorang da'i seseorang seharusnya memiliki kredibel pemahaman dan penguasaan yang baik atas pesan – pesan yang disampaikan. Luasnya ilmu pengetahuan, wawasan serta pengalaman, sehingga ia tidak akan kehabisan materi yang akan disampaikan daupun di ajarkan kepada orang lain. Bagi seorang da'i kualifikasi penguasaan pengetahuan agama (*tafaqquh fiddin*) sebagai salah satu syarat bagi seorang da'i. Disamping itu di antara prasyarat lainnya adalah ia harus paham akan manusia (*tafaqquh finnas*) meliputi keberadaan manusia serta bahasa yangt digunakannya. Juga memahami perkembangan dunia yang terus berjalan (*tafaqquh fiddunya al- mutathawwir*) agar ia tidak jauh panggang dari api. Pendakwah juga harus mampu memahami dinamika globalisasi, situasi bahkan kondisi ²⁴

Dalam menyampaikan dakwahnya Husain juga menggunakan bahasa tubuh dengan gestur tegas dan tenang, sesekali menggerakkan tangannya ke atas, depan atau bahkan samping. Husain juga mengatur mimik wajahnya seperti mengkerutkan alis seakan tengah berpikir, menggelengkan kepala, dan ekspresi lainnya yang mampu menarik perhatian audiens kemudian tersenyum setelah dakwahnya selesai disampaikan.

Dengan begitu tujuan dakwah dapat dicapai lebih mudah dengan retorika dakwah itu sendiri. Dakwah akan dikatakan berhasil apabila dengan pesan dakwah tersebut dapat mempengaruhi dan mengajak orang lain kepada Allah SWT, sehingga dengan hal tersebut menunjukkan bahwa retorika telah bekerja secara maksimal dan memberikan hasil optimal yang sesuai dengan tujuan agama Islam.

3. Strategi Dakwah Husain Basyaiban Dalam Media Tiktok

Lalu dalam menyampaikan dakwahnya melalui media sosial Tiktok, sebagai media hiburan dan ditengah gempuran konten tidak bermanfaat namun digandrungi masyarakat Husain sebagai intelektual muslim muda telah memiliki strateginya sendiri dalam memproduksi konten video dakwahnya, di antaranya adalah:

- a. Karena mengetahui bahwa targetnya adalah anak muda atau generasi millennial, dalam dakwahnya Husain memberikan penyampaian yang terkesan merangkul. Menggunakan bahasa yang santai dan menyesuaikan dengan karakteristik anak muda

²⁴ Umdatul Hasanah, "Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah Dan Retorika Aristoteles," *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 02 (2020): 06.

sehingga membuat pengguna media sosial Tiktok nyaman untuk menonton dan mendengarkan dakwahnya.

- b. Tiktok sebagai aplikasi video dengan rentang waktu yang sedikit, maka Husain Basyaiban menciptakan video berdurasi pendek dan tidak bertele-tele. Husain telah menyiapkan substansi dakwah yang efektif dan jelas, kemudian dikemas dengan cara sederhana atau simple namun begitu detail dan mudah dipahami.
- c. Memproduksi konten yang berkenaan dengan apa yang tengah dirasakan oleh anak muda zaman sekarang atau yang berkaitan dengan fenomena terkini. Husain mengunggah konten yang mana membuat anak muda sadar bahwa mereka juga harus tau dan aware terhadap agama sendiri. Sehingga mereka memahami isi pesan serta memberikan implementasi dalam menyampaikan isi pesan dakwah menyesuaikan dengan situasi dan kondisi atau bahkan fenomena viral yang terjadi pada masyarakat itu sendiri.
- d. Seseorang yang ingin menyampaikan pesan dakwah yang baik tapi disampaikan dengan cara yang salah maka persepsi orang akan salah. Sehingga Husain selalu menata bahasa yang akan disampaikannya agar tidak menimbulkan persepsi yang buruk hingga terjadi sebuah kesalahan pemahaman atau perpecahan, tapi menciptakan pemahaman agama yang baik bagi setiap orang.
- e. Pada setiap dakwahnya Husain selalu menjelaskannya dengan hati-hati tanpa menyenggol atau memojokkan pihak manapun sehingga penonton merasa nyaman saat menonton videonya.
- f. Pada era millennial sangat penting seorang pendakwah dapat menyampaikan pesan menggunakan fakta atau referensi yang relevan. Sehingga dalam penyampaian dakwahnya Husain kerap memberikan kisah-kisah nabi ataupun sahabat sehingga kita bisa mencontoh atau bahkan meniru perilaku beliau. Dalam keilmuannya Husain juga termasuk seorang penda'i yang memiliki pemikiran kritis dengan terus belajar dan meng*upgrade* ilmu agama sesuai dengan kebutuhan pengetahuan modern.
- g. Tidak hanya memproduksi konten yang dikhususkan kepada generasi muda, Husain juga memproduksi konten dengan apa yang tengah dibutuhkan oleh masyarakat. Seperti apabila hendak memasuki bulan Ramadhan, maka Husain akan memberikan materi seperti amalan-amalan yang di anjurkan, fadhilah sholat tarawih, hal-hal yang

dapat membatalkan puasa, serta materi lain yang memiliki relevansi dengan momentum Ramadhan.

- h. Dalam penyampaian dakwahnya, husain telah memilih kata perkata dalam setiap penyampaiannya, kepada yang lebih tua baik kepada yang lebih muda ia menyampaikan dakwahnya dengan penuh kesopanan dan lemah lembut agar tidak terkesan menggurui.
- i. Husain sebagai masyarakat Madura tidak menjadikan dia kaku menggunakan Bahasa Indonesia dalam setiap penyampaian dakwahnya. Husain bahkan kerap menggunakan bahasa arab yang telah fasih ia kuasai berikut terjemahnya agar mudah dipahami, serta menggunakan dalil Al- Quran dan Hadits sehingga penonton videonya tidak berfikir bahwa yang Husain sampaikan tidak hanya tentang pemikirannya sendiri.

Namun apabila dakwah dilaksanakan menggunakan metode yang tidak sesuai serta ambigunya isi pesan dakwah yang disampaikan, maka hal tersebut dapat menimbulkan kesalahpahaman atau pespektif yang dapat merujuk langsung pada pemaksaan, kekerasan, atau bahkan melanggar etika kemanusiaan, maka menjadi tidak berarti suatu kemuliaan dakwah itu sendiri. Sehingga akan memberikan imbas pada generasi muda sebagai generasi millennial sebagai penerus bangsa yang tumbuh mengikuti arus dominasi budaya digital yang erat hubungannya dengan penyebaran pola konsumsi dan gaya hidup yang instant ²⁵.

Melakukan pengoptimalan terhadap media komunikasi dalam berdakwah, menjadikan pesan yang disampaikan akan lebih cepat sampai diterima oleh banyak orang. Tidak hanya itu, dakwah dalam media sosial akan menjadi lebih menarik karena kecenderungan masyarakat terhadap perangkat handphone sebagai teknologi informasi. Maka dengan alasan tersebut perna media sosial menjadi begitu urgent dalam kegiatan menyampaikan komunikasi dakwah. Dengan mengoptimalkan penggunaannya maka akan memaksimalkan kegiatan dakwah yang ada, apalagi jika ditinjau dengan teori media influence, bahwa media dapat memberikan pengaruh baik negative ataupun positif kepada individu secara langsung ataupun tidak langsung.

KESIMPULAN

Kesimpulan

²⁵ Usfiyatul Marfu'ah, "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural," *Islamic Communication Journal* 02, no. 02 (2017): 147-161.

Husain Basyaiban sebagai influencer dakwah pada media sosial Tiktok dengan retorika dakwahnya dalam setiap penyampaian pesan dakwahnya, menjadi salah satu content creator dakwah paling berpengaruh dalam memperbaiki akhlak serta menambah pengetahuan keagamaan generasi millennial kali ini. Dalam menghadapi problematika dan tantangan dakwah pada era digital yang lebih kompleks, Husain bahkan telah mengatur sedemikian rupa baik dari penerapan retorika dakwahnya, strategi dakwahnya dalam media sosial tersebut dengan mengangkat tema yang tengah fenomenal agar menarik dan tidak membosankan, serta mengatur bagaimana konten yang ia produksi mampu diterima dan di amalkan dengan baik oleh seluruh lapisan masyarakat yang menonton videonya.

Saran

Dakwah Islam dalam menghadapi globalisasi modernisasi tentu dirasa tidak cukup apabila hanya mengandalkan pendekatan konvensional pada era digital. Dakwah islam tentu haruslah di optimalkan melewati media sosial sebagai aplikasi yang memiliki sifat interaktif yang menciptakan kemudahan bagi da'i untuk menyampaikan dakwahnya lebih luas menjangkau lapisan masyarakat salah satunya dengan aplikasi Tiktok. Maka menjadi seorang da'i diharapkan untuk terus aktif dan selalu *upgrade* dalam penyampaian dakwahnya dalam menghadapi tantangan dinamika global modern.

DAFTAR PUSTAKA

A. Basit. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: Rajawali Press, 2013.

- Abdul Wahid. *Gagasan Dakwah: Pendekatan Komunikasi Antarbudaya*. Edited by kencana. Jakarta, 2019.
- Ahmad Murtadho. "Charisma Of The Preacher as a Communicator." *Jurnal spektrum komunikasi* 07, no. 01 (2019): 17.
- Amelia, Riska. "Pesan Dakwah Husain Basyaiban Dalam Konten Tik Tok." UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021.
- Anggita Falestyana, Lutfi Ulfa Ni' Amah. "Tiktok Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Akun Tiktok @basyasman00)." *Al- Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah* 02, no. 01 (2022): 09.
- Asep Syamsul Muhammad Romli. *Jurnalistik Dakwah, Visi Dan Misi Dakwah Bil Qalam*. Bandung: remaja rosdakarya, 2003.
- Dhanik Sulistyarini, Anna Gustina Zainal. *Buku Ajar Retorika*. Banten: CV. AA RIZKY, 2020.
- Dian Nur Utami. "Metode Dakwah Husain Basyaiban Melalui Tiktok,." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Eko Sumadi. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi." *Jurnal at-Tabasyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 04, no. 01 (2016): 180.
- Fitriani Utami Dewi. *Public Speaking Kunci Sukses Bicara Di Depan Publik*. Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2013.
- Gunawan, Mochammad Syahrul. "Retorika Dakwah K.H Ahmad Bahaudin Nursalim (Gus Baha) Di Masjid Sirotol Mustaqim Ansan Korea Selatan Dalam Youtube." *Skripsi. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SALATIGA*, 2020.
- Hariansyah. *Millenials Bukan Generasi Micin*. Bandung: Geupedia Publisher, 2018.
- Hidayatullah, S.H. "Perilaku Generasi Millennial Dalam Menggunakan Aplikasi Go Food." *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* 02, no. 02 (2018): 06.
- Jalaludin Rakhmat. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1998.
- Lestari, Puput Puji. "Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial." *Jurnal dakwah: media komunikasi dan dakwah* 21, no. 01 (2020): 41.
- Lutfiana Allisa, Agus triyono. "Pengaruh Dakwah Di Media Sosial Tiktok Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja Di Demak." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 07, no. 01 (2023): 29.
- Mohd. Rafiq. "Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah,." *Fitrah Jurnal Ilmu Ilmu Keislaman* 01, no. 01 (2015): 02.
- Muis, Ahmad. *Komunikasi Islam*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Salma Humaira Supratman, Hendi Suhendi. "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai- Nilai Keberagamaan." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam* 02, no. 02 (2022): 02.
- Toto tasmara. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: gaya media pratama, 1997.
- Trilaksono.dkk, Bobby H. "Media Retorika Dakwah Pada Era Millennial." *jurnal kajian*

komunikasi dan budaya islam 01, no. 01 (2021): 10.

Ulwan., A.N. *Silsilah Madrasah Ad- Duat: Fusul Al- Hadifah Fi Fiqh Al- Dakwah Wa Al- Daiyah.* kairo: Dar al Islam, 2002.

Umdatul Hasanah. "Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah Dan Retorika Aristoteles." *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 02 (2020): 06.

Usfiyatul Marfu'ah. "Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural." *Islamic Communication Journal* 02, no. 02 (2017): 147-161.

Wahidin Saputra. *Retorika Dakwah Lisan (Buku Ajar Fakultas Dakwah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: Dakwah Press, 2006.