

**RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI
PADA AKUN TIKTOK @AM.EVENT
DALAM MENGUATKAN HATI PARA REMAJA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh :

LUTHFIYAH FATIN
NIM. 3420184

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI
PADA AKUN TIKTOK @AM.EVENT
DALAM MENGUATKAN HATI PARA REMAJA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Komunikasi Dan Penyiaran Islam



Oleh :

LUTHFIYAH FATIN
NIM. 3420184

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya

Nama : Luthfiyyah Fatin

NIM : 3420184

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi yang berjudul

“RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAHI PADA AKUN TIKTOK

@AMEVENT DALAM MENGUATKAN HATI PARA REMAJA”

ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya orang lain atau pengutipan yang melanggar etika keilmuan yang berlaku, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila skripsi ini terbukti ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan, maka saya secara pribadi bersedia menerima sanksi hukum yang dijatuhkan.

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 22 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



LUTHFIYYAH FATIN
NIM. 3420184

NOTA PEMBIMBING

Mukoyimah, M.Sos.

Desa Karas Kec. Sedan RT. 02/03 Kab. Rembang Jawa Tengah

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Luthfiyyah Fatin

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Luthfiyyah Fatin

NIM : 3420184

Judul : **RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI PADA
AKUN TIKTOK @AM.EVENT DALAM MENGUATKAN
HATI PARA REMAJA**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 22 Mei 2025

Pembimbing



Mukoyimah, M.Sos.

NIP. 199206202019032016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **LUTHFIYYAH FATIN**
NIM : **3420184**
Judul Skripsi : **RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI
PADA AKUN TIKTOK @AM.EVENT DALAM
MENGUATKAN HATI PARA REMAJA**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 26 Juni 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Dr. H. Miftahul Ula, M.Ag
NIP. 197409182005011004


Firda Aulia Izzati, M.Pd
NIP. 199201022022032002

Pekalongan, 14 Juli 2025

Disahkan Oleh
Dekan




Dr. Tri Astutik Hariyanti, M.Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Žal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dād	d	d (dengan titik di
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di
ظ	Zā	z	z (dengan titik di
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
هـ	Hā	h	-
ء	Hamzah	'	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*,

masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أأنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, kesehatan serta limpahan kasih sayang-Nya kepada saya. Tanpa pertolongan-Nya, saya tidak akan pernah mampu menyelesaikan langkah demi langkah skripsi saya hingga sampai di titik ini.

Dengan penuh rasa haru dan syukur, skripsi ini aku persembahkan kepada:

1. Diriku sendiri, Luthfiyyah Fatin. Perjalanan ini bukan tentang siapa yang paling cepat sampai, tapi tentang siapa yang tetap bertahan meski ingin menyerah. Untuk semua versi diriku yang pernah ingin menyerah, terima kasih karena tetap memilih untuk melangkah. Terima kasih sudah terus berjuang.
2. Orang tuaku tercinta, Joko Prasetyo dan Eva Rosdalita. Di setiap do'a dan lelah kalian, ada aku yang berdiri hari ini. Kalian adalah alasan aku percaya pada cinta tanpa syarat. Terima kasih atas segala cinta, do'a, pengorbanan dan semangat yang tak pernah kalian minta imbalannya. Do'a kalian adalah bahan bakar utama dalam setiap langkah perjuanganku.
3. Bapak sambungku, Hendra Bakti dan Ibu sambungku, Sarimanah. Keluarga bukan selalu tentang sedarah, tapi tentang siapa yang mau tumbuh dan berjuang bersama kita. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari perjalanan hidupku dengan segala kebaikan dan pengertian yang kalian berikan.
4. Ibu Mukoyimah, M.Sos, dosen pembimbingku dan ketua program studi KPI UIN Gusdur baru 2025. Pembimbing yang baik bukan hanya menunjukkan jalan, tapi juga menemani dalam ketidakpastian. Terima kasih atas bimbingan, kesabaran dan waktu yang Ibu curahkan selama proses ini. Ibu adalah sosok yang tidak hanya mengajar, tapi juga menginspirasi. Selamat atas jabatan barunya bu.
5. Kakakku, Fiki Nabilah. Kakak adalah tempat pulang ketika dunia terasa asing. Terima kasih telah menjadi teman cerita dan penyemangat dalam diam. Hadirmu menjadi kekuatan dalam perjalanan ini.
6. Adik-adikku tersayang, Deswita Muthi Nur Fatimah, Kheiza Khumaira dan Muhammad Habibie Prasetyo. Kalian adalah alasan kenapa aku ingin terus menjadi versi terbaik dari diriku sendiri. Semoga perjuanganku hari ini bisa jadi inspirasi kecil untuk kalian terus bermimpi besar.

7. Sahabat-sahabat terdekatku, Lutfatul Laeli, Titik Nur Khotimah, Fitriah Nur Hidayah, Robiyatu Alawiyah, Caswulan dan Dwi Komariah. Persahabatan sejati bukan hanya tentang siapa yang paling lama bertahan, tapi siapa yang tetap ada meski semuanya terasa berat. Terima kasih untuk tawa, pelukan, semangat dan segala rasa yang tak bisa ditulis dengan kata-kata.
8. Aliansi Mahasiswa Jabodetabek UIN Gusdur Pekalongan, khususnya Angkatan 2020. Perjuangan bersama adalah kenangan paling tulus yang akan selalu hidup dalam ingatan. Terima kasih untuk ruang tumbuh dan semangat kalian.



MOTTO

“Kalau hidup sekedar hidup, babi di hutan juga hidup.

Kalau kerja sekedar kerja, kera pun bekerja.”

-Buya Hamka-



ABSTRAK

Fatin. Luthfiyyah, 2025, Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki pada Akun TikTok @am.event dalam Menguatkan Hati Para Remaja, Skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Pembimbing Mukoyimah, M.Sos.

Kata kunci: Dakwah, Retorika, TikTok, Ustadz Hanan Attaki, Remaja, Media Sosial

Penelitian ini membahas tentang retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event serta relevansinya dalam menjawab kegelisahan spiritual dan emosional remaja. Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan-pesan Islam melalui konten dakwah berdurasi singkat dengan gaya retorika yang modern dan dekat dengan bahasa serta budaya remaja masa kini. Fenomena ini menunjukkan transformasi dakwah di era digital, dimana media sosial menjadi ruang baru dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman secara efektif.

Rumusan masalah dalam penelitian yaitu membahas tentang “Bagaimana retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event dalam menguatkan hati para remaja?”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi. Data diperoleh dari lima video dakwah Ustadz Hanan Attaki yang diunggah pada akun TikTok @am.event dan dianalisis menggunakan teori retorika Aristoteles (*ethos, pathos, logos*) serta teori stimulus-respons. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi dan pencatatan isi video serta komentar audiens.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Hanan Attaki mampu membangun *ethos* melalui kredibilitas keilmuan, sikap bijak dan pendekatan yang bersahabat, *pathos* melalui narasi emosional yang menyentuh pengalaman remaja, serta *logos* melalui pemaparan ayat Al-Qur'an, hadits dan argumen logis. Pendekatan retorik dalam dakwah digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk membangun kedekatan emosional dan spiritual dengan generasi muda. Selain itu respon audiens menunjukkan bahwa retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki diterima secara positif dan mampu memberikan penguatan spiritual dan emosional bagi para remaja.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan segala proses panjang yang mengiringinya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Atas izin dan pertolongan Allah SWT, penulis bersyukur karena akhirnya dapat menyusun skripsi dengan judul: **“Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki pada Akun TikTok @am.event dalam Menguatkan Hati Para Remaja.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusunan skripsi ini merupakan hasil dari kerja keras, pembelajaran, serta proses panjang yang dilalui penulis dengan penuh semangat dan kesabaran. Dalam proses ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak yang sangat berarti. Oleh karena itu, dengan tulus penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan di kampus ini.
2. Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan dukungan dan kebijakan yang baik selama masa perkuliahan.

3. Bapak Muhandis Azzuhri, Lc., M.A, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan nasihat selama masa studi penulis.
4. Ibu Mukoyimah, M.Sos, selaku ketua program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sekaligus dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar telah membimbing, mengarahkan dan memberikan banyak masukan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dimas Prasetya, M.A, selaku sekretaris program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang turut memberikan dukungan dalam proses akademik penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk menerima saran dan kritik yang membangun demi perbaikan ke depannya. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi dan dakwah.

Pekalongan, 22 Mei 2025

Penulis



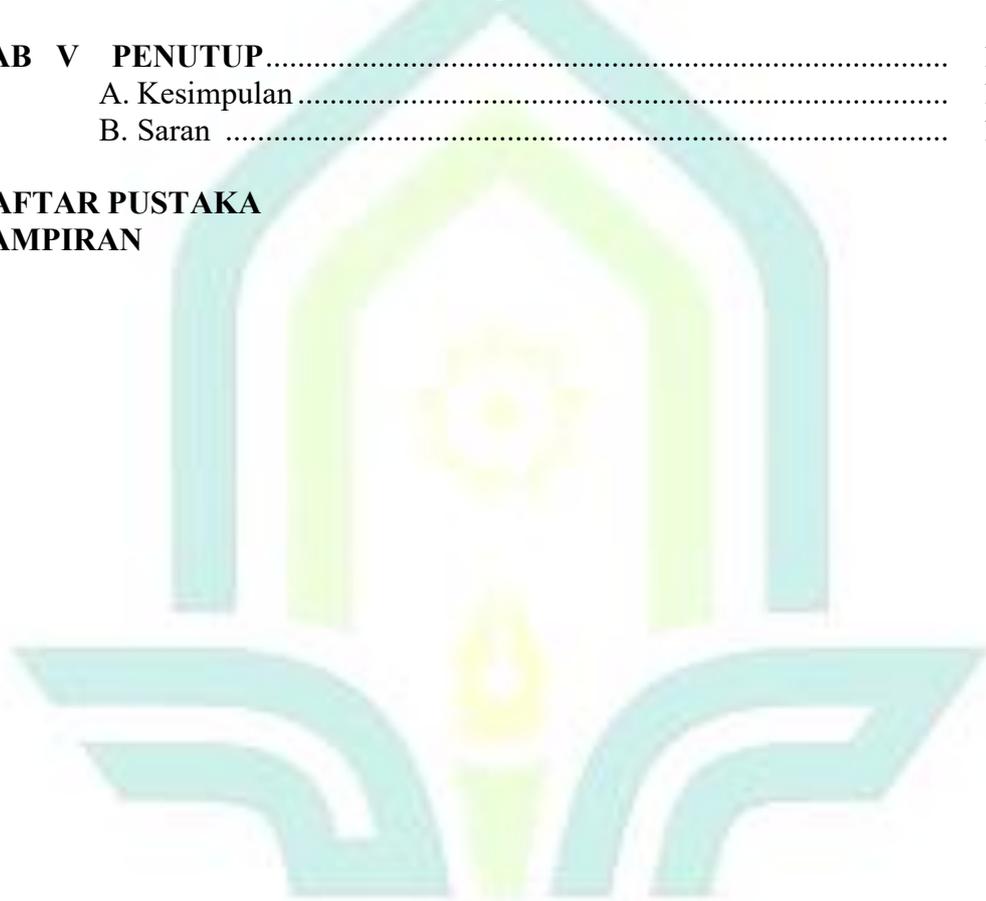
Luthfiyyah Fatin
NIM. 3420184

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN LITERASI ARAB-LATIN	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	8
F. Kerangka Berpikir	12
G. Metodologi penelitian	14
H. Sistematika Penulisan	20
BAB II RETORIKA DAKWAH DALAM MENGUATKAN HATI PARA REMAJA	22
A. Teori Retorika	22
B. Teori Dakwah	36
C. Teori Penguatan Hati Remaja	45
BAB III RETORIKA DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI PADA AKUN TIKTOK @AM.EVENT DALAM MENGUATKAN HATI PARA REMAJA	53
A. Profil Ustadz Hanan Attaki	53
B. Dakwah Ustadz Hanan Attaki pada Akun TikTok @am.event ..	57
C. Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Pertama	63

BAB IV ANALISIS RETORIKA PADA KONTEN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI DALAM AKUN TIKTOK @AM.EVENT	83
A. Analisis Unsur Retorika Dakwah pada Konten Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Akun TikTok @am.event.....	83
1. Video dengan Judul “Jodoh itu Anugerah, Bisa Jadi Cermin atau Pelengkap”	85
2. Video dengan Judul “Do'a bisa merubah takdir”	91
3. Video dengan Judul “Yakin Sama Allah Ketika Menghadapi Ujian”	96
4. Video dengan Judul “Salah Satu Cara Move On adalah Hilang untuk Healing”	101
5. Video dengan Judul “Gwenchanayo Aku Enggak Apa-Apa: Catatan untuk Para Orang Tua”	106
 BAB V PENUTUP.....	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	112

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.3	Daftar Video Dakwah Ustadz Hanan Attaki pada Akun TikTok @am.event yang Digunakan sebagai Data Primer	17
-----------	---	----



DAFTAR BAGAN

Tabel 1.2 Kerangka Berfikir.....	12
----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Kekerasan Berbasis Gender di Ranah Personal	2
Gambar 3.1 Ustadz Hanan Attaki saat mengisi kajian Sumber: Instagram @hanan_attaki, diakses 5 Mei 2025.	52
Gambar 3.2 Shift Gerakan Pemuda Hijrah (2018).....	54
Gambar 3.3 Profil Akun TikTok @am.event.....	55
Gambar 3.4 Thumbnail Video Dakwah “Jodoh itu Anugerah, Bisa Jadi Cermin atau Pelengkap”	63
Gambar 3.5 Thumbnail Video Dakwah “Do’a bisa Merubah Takdir”	67
Gambar 3.6 Thumbnail Video Dakwah “Yakin Sama Allah Ketika Menghadapi Ujian”.....	71
Gambar 3.7 Thumbnail Video Dakwah “Salah Satu Cara Move On adalah Hilang untuk Healing”	74
Gambar 3.8 Thumbnail Video Dakwah “Gwenchanayo Aku Enggak Apa-Apa: Catatan untuk Para Orang Tua”	78



BAB I

PENDAHULUAN

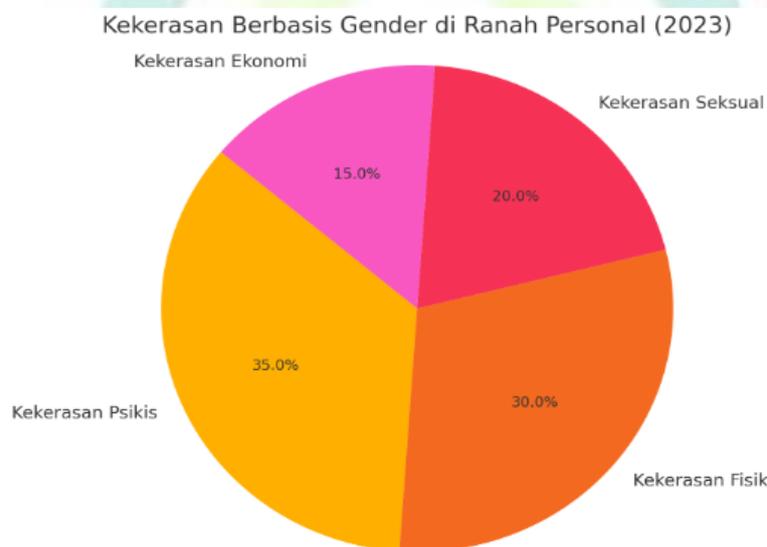
A. Latar Belakang Masalah

Generasi muda saat ini berada dalam fase kehidupan yang kompleks. Mereka menghadapi pengaruh budaya global, tantangan moral serta tekanan sosial yang seringkali memengaruhi kestabilan emosional dan spiritual. Pada era digital ini, media sosial seperti TikTok telah menjadi platform utama bagi remaja untuk mengekspresikan diri dan berbagi pengalaman hidup, termasuk pengalaman emosional. Realitasnya banyak remaja mengalami kegelisahan batin, krisis identitas, tekanan sosial serta perasaan kesepian yang sulit diungkapkan. Situasi ini membuat mereka rentan terhadap permasalahan psikologis seperti cemas berlebihan, kehilangan arah hidup dan bahkan keputusasaan.

Data dari Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menunjukkan bahwa lebih dari 50% remaja mengalami stres atau tekanan mental, yang disebabkan oleh berbagai faktor seperti masalah akademik, konflik keluarga, dinamika pertemanan hingga tekanan sosial di media digital.¹ Kondisi ini menunjukkan bahwa remaja membutuhkan dukungan emosional dan spiritual yang lebih kuat, tidak hanya dari lingkungan keluarga atau pendidikan, tetapi juga dari pendekatan keagamaan yang komunikatif dan relevan dengan kehidupan mereka.

¹ Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, *Laporan Tahunan Kesehatan Remaja Indonesia 2022*, Jakarta: Kemenkes RI, 2022, 7.

Problematika yang dihadapi remaja di Indonesia menunjukkan betapa pentingnya penelitian ini. Mengingat data dari Komisi Nasional Anti Kekerasan terhadap Perempuan (Komnas Perempuan) yang mencatat kekerasan dalam pacaran sebagai salah satu bentuk kekerasan signifikan, yaitu dengan 422 kasus kekerasan dalam berpacaran dilaporkan pada tahun 2023. Kekerasan psikis menduduki posisi tertinggi dalam pengaduan kekerasan berbasis gender di ranah personal, diikuti oleh kekerasan fisik, kekerasan seksual dan kekerasan ekonomi.²



Gambar 1.1
Diagram Kekerasan Berbasis Gender di Ranah Personal

Permasalahan moral remaja di Indonesia semakin mengkhawatirkan, ditandai dengan meningkatnya pergaulan bebas, penyalahgunaan narkoba dan

² Komnas Perempuan, *Laporan Tahunan 2023: Kekerasan Terhadap Perempuan*, (Jakarta: Komnas Perempuan, 2023), 3, <https://komnasperempuan.go.id/download-file/1085>.

tindakan kriminal. Faktor utama yang berkontribusi terhadap kondisi ini adalah kurangnya pendidikan moral dan agama yang menyebabkan remaja kehilangan pedoman dalam menentukan arah hidupnya. Tanpa bimbingan yang tepat, mereka lebih rentan terjerumus dalam perilaku negatif.

Penguatan hati remaja menjadi urgensi yang sangat penting. Penguatan ini tidak hanya dibutuhkan saat remaja menghadapi kegagalan percintaan, tetapi juga ketika mereka sedang terjebak dengan ketidakpastian, tekanan lingkungan, dan kekosongan batin. Maka dari itu pendekatan dakwah yang menyentuh, menenangkan dan memotivasi sangat dibutuhkan sebagai bentuk pendampingan spiritual yang menyeluruh. Dakwah yang tidak hanya memberi informasi agama, tetapi juga menyentuh emosi dan membangkitkan harapan, memiliki peran yang signifikan dalam proses pemulihan hati dan pembentukan karakter remaja.

Di era perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, setiap orang khususnya generasi muda dituntut untuk mampu beradaptasi agar tidak tertinggal oleh kemajuan zaman. Penyampaian dakwah Islam kini tidak lagi mengharuskan pertemuan langsung antara da'i dan mad'u, melainkan dapat dilakukan melalui berbagai platform digital. Media sosial, sebagai salah satu bentuk media massa, memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Dengan karakteristik yang beragam, aksesibilitas yang mudah, serta sifatnya yang portabel sehingga dapat diakses kapan saja dan di mana saja, media sosial menjadi alternatif efektif dalam menyampaikan pesan

dakwah, memungkinkan audiens menerima dan memahami ajaran Islam dengan lebih fleksibel di tengah aktivitas sehari-hari.³

Penelitian ini perlu menyoroti gaya retorika Ustadz Hanan Attaki karena retorika adalah faktor utama dalam efektivitas penyampaian pesan dakwah. Ustadz Hanan Attaki dikenal memiliki cara berbicara yang khas dengan bahasa yang ringan, gaya yang santai serta pendekatan yang emosional, sehingga mampu menyentuh hati dan menarik perhatian para remaja. Retorika inilah yang membuat pesan dakwahnya tidak hanya didengar, tetapi juga dirasakan sehingga berpotensi menguatkan hati mereka dalam menghadapi berbagai tantangan hidup.

Selain itu, retorika tidak hanya sekadar berbicara, tetapi juga menyentuh aspek emosional dan psikologis audiens. Remaja sebagai kelompok yang sedang mengalami pergolakan emosi dan pencarian jati diri membutuhkan pendekatan komunikasi yang dapat memberikan ketenangan dan penguatan spiritual. Gaya penyampaian yang menyentuh secara emosional menjadi salah satu faktor yang dapat membuat pesan dakwah lebih bermakna bagi mereka.

Penelitian ini menganalisis retorika dalam akun TikTok @am.event untuk memberikan gambaran tentang bagaimana strategi komunikasi Islam berkembang di era digital, terutama dalam menjangkau kalangan remaja. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi akademik dengan menambah kajian tentang retorika dakwah di media sosial yang masih relatif baru dan jarang

³ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 86.

dibahas secara mendalam. Oleh sebab itu, meneliti gaya retorika Ustadz Hanan Attaki di TikTok menjadi relevan untuk memahami bagaimana pesan-pesan dakwah dapat dikemas secara persuasif dan inspiratif.

Secara etimologis, retorika dapat diartikan sebagai keterampilan dalam berbicara di depan umum dengan memanfaatkan penggunaan kata-kata secara efektif dan persuasif.⁴ Retorika merujuk pada seni atau disiplin ilmu yang mengajarkan prinsip serta teknik berbicara dan menulis secara baik dan efektif, baik secara lisan maupun tertulis, dengan tujuan memengaruhi audiens. Proses ini melibatkan tahapan persiapan, penyusunan, dan penyampaian pesan secara sistematis, sehingga dapat menciptakan pemahaman bersama, membangun kerja sama, serta mewujudkan keharmonisan dalam kehidupan bermasyarakat.⁵

Keberhasilan Ustadz Hanan Attaki dalam memanfaatkan TikTok secara efektif menjadikannya salah satu da'i muda yang menonjol di era digital. Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesan-pesan agama yang sarat makna melalui konten-konten inspiratif. Dalam beberapa video yang tersebar di TikTok, Ustadz Hanan sering mengisi kajian spiritual yang dirancang untuk menguatkan hati para remaja. Kajian ini menyasar berbagai tantangan yang dihadapi oleh remaja, seperti tekanan sosial, krisis identitas hingga pencarian makna hidup. Dengan gaya yang santai, akrab dan penuh hikmah, dakwah Ustadz Hanan Attaki

⁴ Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 1.

⁵ I Gusti Ngurah Oka, *Retorik Sebuah Tinjauan Pengantar*. (Bandung: Tarate, 1976), 44.

berhasil mendapatkan perhatian luas dan menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan audiensnya.⁶

Islam mengajarkan bahwa hati yang tenang dan ikhlas merupakan pondasi bagi kehidupan yang bahagia dan bermakna. Dengan menata hati, individu diajak untuk bersyukur, bersabar dan ikhlas dalam menghadapi segala ujian hidup. Hal ini sangat relevan bagi remaja yang tengah mencari jati diri dan makna hidup karena melalui pendekatan spiritual mereka dapat menemukan kekuatan untuk menghadapi tekanan sosial dan emosional yang mereka hadapi.⁷

Penelitian terhadap pendekatan dakwah Ustadz Hanan Attaki diharapkan mampu memberikan pemahaman tentang adaptasi dakwah di era digital sekaligus menyoroti potensi dan tantangan dakwah melalui media sosial. Retorika yang digunakan oleh Ustadz Hanan Attaki, seperti penggunaan bahasa yang sederhana, singkat, mudah dipahami dan didominasi oleh gaya bahasa percakapan yang menjadikan dakwahnya lebih mudah diterima oleh kalangan muda.

Selain itu, pembawaan yang khas dan penggunaan media sosial seperti TikTok sebagai platform dakwahnya menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di era digital tidak hanya bergantung pada kontennya, tetapi juga pada cara penyampaiannya. Berdasarkan realitas tersebut, maka penting untuk dilakukan

⁶ Detik.com. (2024). *Meningkatkan Minat Dakwah di Era Milenial melalui Kajian Ustadz Hanan Attaki*, Diakses pada 26 November 2024, <https://www.kompasiana.com/nisrinakamelia8487/6655554634777c409c161122/meningkatkan-minat-dakwah-di-era-milenial-melalui-kajian-ustadz-hanan-attaki> .

⁷ Ila Fadilasari, *5 Prinsip dalam Menjaga Hati agar Selalu Bersih*, NU Online Lampung, diakses 9 Desember 2024, <https://lampung.nu.or.id/syiar/5-prinsip-dalam-menjaga-hati-agar-selalu-bersih-FuLsj>.

penelitian tentang retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam akun TikTok @am.event, khususnya dalam menganalisis bagaimana retorika tersebut mampu menguatkan hati para remaja. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam mengembangkan model dakwah digital yang lebih komunikatif, serta memperkuat pemahaman tentang strategi retorika dakwah di era media sosial.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan, maka penulis akan memfokuskan penelitian pada beberapa rumusan masalah dibawah ini:

1. Bagaimana retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event dalam menguatkan hati para remaja?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event dalam menguatkan hati para remaja.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis yang terdapat pada penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam memahami bagaimana retorika digunakan dalam dakwah digital. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas retorika dakwah melalui media sosial, terutama pada akun TikTok dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan mad'u.
2. Manfaat praktis pada penelitian ini dapat membantu para pendakwah, khususnya Ustadz Hanan Attaki dan pendakwah lainnya dalam merancang

retorika yang lebih efektif untuk menyampaikan pesan dakwah di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi mad'u dalam memahami dan merespons dakwah secara lebih kritis, sehingga mereka dapat menyaring informasi dengan lebih baik. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar kajian lebih lanjut terkait efektivitas komunikasi dakwah di era digital.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian yang Relevan

Demi menghindari adanya plagiarisme terhadap karya ilmiah atau duplikasi penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti lain, maka peneliti mengkaji kembali beberapa karya ilmiah yang menyinggung permasalahan yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis. Adapun beberapa karya ilmiah yang mengkaji tentang retorika dakwah yaitu:

- a. Penelitian *Retorika Pendakwah Haneen Akira pada Generasi Z di YouTube* oleh Nazhifa Silviana (2022) bertujuan menganalisis penerapan retorika Haneen Akira dalam dakwah kepada generasi Z di YouTube, termasuk metode dan teknik komunikasi yang menarik perhatian serta menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme, data diperoleh melalui analisis video dan kutipan ceramah. Hasil penelitian menunjukkan Haneen Akira berhasil menggunakan tiga unsur persuasi Aristoteles, yaitu *ethos* (kredibilitas), *pathos* (daya tarik emosional) dan *logos* (logika). Ia menyentuh emosi audiens dengan tema relevan seperti *bullying* dan cinta

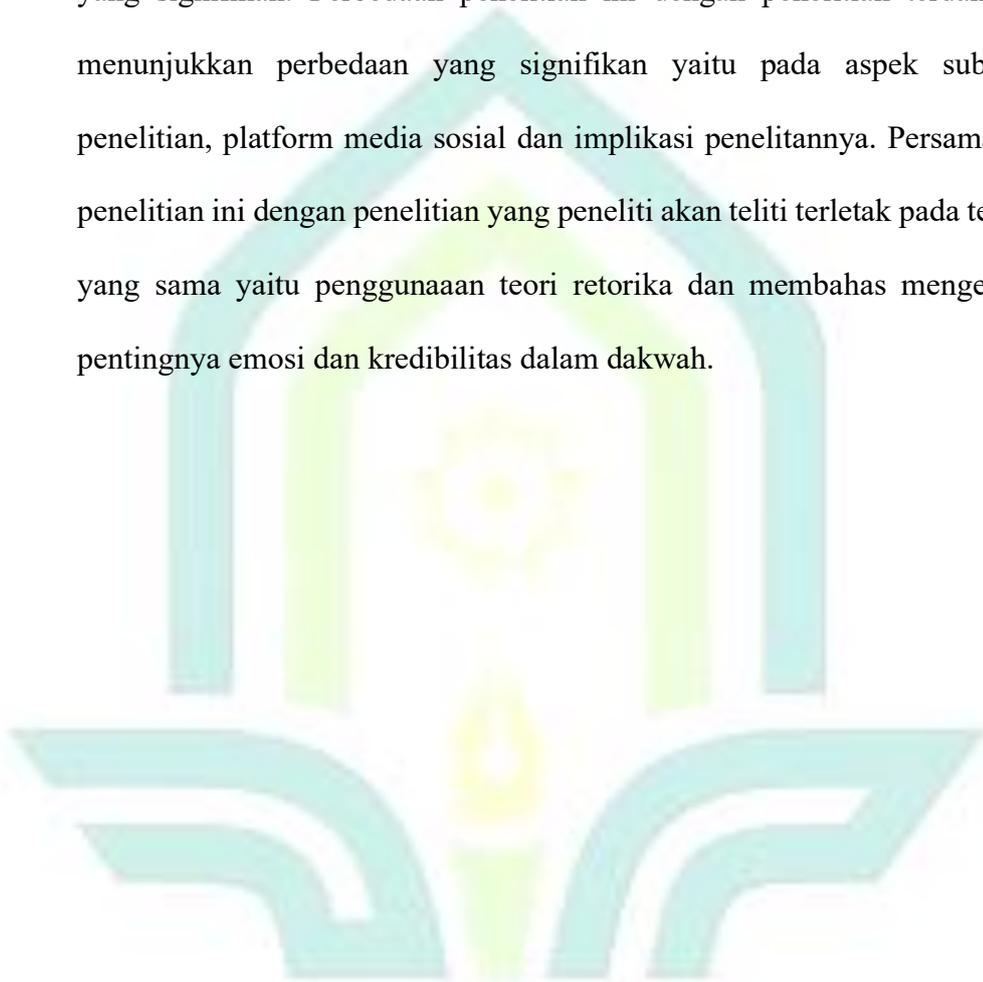
remaja, serta menggunakan bahasa kekinian yang mudah dipahami. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis mengenai tema dan konteks audiens yang ditargetkan itu berbeda. Penelitian terdahulu lebih berfokus pada cara Haneen Akira menggunakan retorika dalam konteks YouTube, sedangkan penelitian saya berfokus pada retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam meningkatkan hati para remaja di TikTok. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti terletak pada konsep retorika sebagai landasan utama. Baik Haneen Akira maupun Ustadz Hanan Attaki menggunakan elemen *ethos*, *pathos* dan *logos* dalam menyampaikan pesan dakwah mereka.

- b. Penelitian Muhammad Rizky Azhar (2022) tentang *Retorika Dakwah KH. Ahmad Zuhdiannoor di Media Sosial YouTube* dan penelitian saya yang berjudul *Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki pada Akun TikTok @am.event dalam Menkuatkan Hati Para Remaja* memiliki persamaan dalam kajian retorika dakwah, penggunaan metode kualitatif, serta analisis deskriptif terhadap gaya bahasa, suara, dan gerak tubuh dalam menyampaikan pesan dakwah. Namun, terdapat perbedaan yang mencolok, di antaranya tokoh yang dikaji, di mana penelitian Rizky Azhar berfokus pada KH. Ahmad Zuhdiannoor di platform YouTube, sementara penelitian saya meneliti Ustadz Hanan Attaki di TikTok dengan fokus pada penguatan hati remaja. Selain itu, penelitian sebelumnya mengidentifikasi penggunaan gaya bahasa retorik, gaya bahasa tidak resmi dan kiasan, serta variasi nada tinggi dan rendah dalam suara, sedangkan

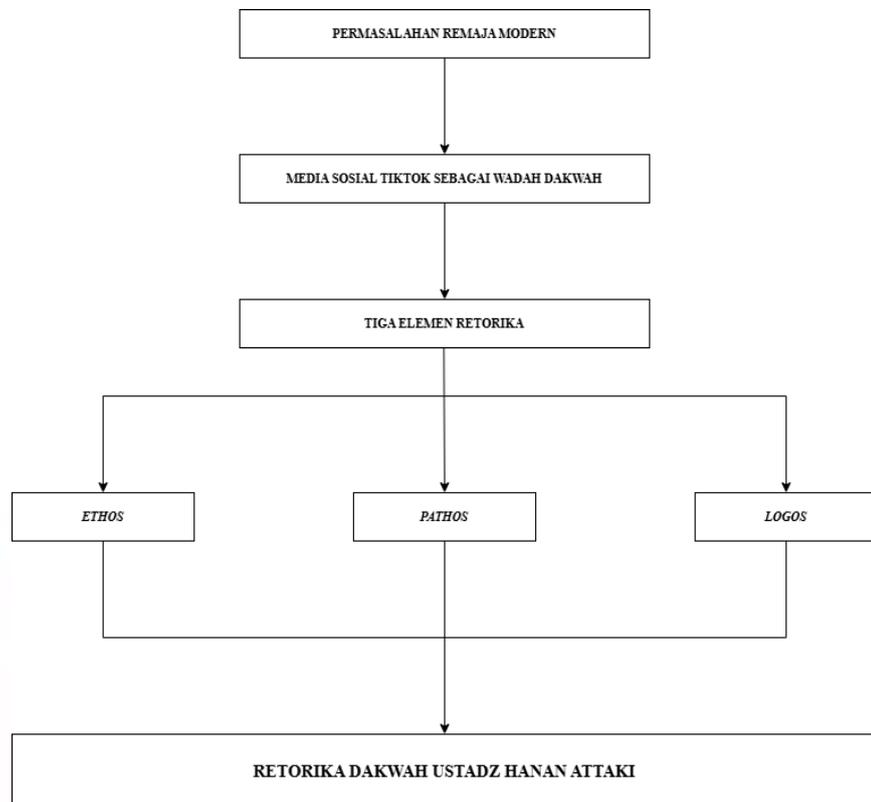
penelitian saya berpotensi menemukan pola retorika khas TikTok yang lebih santai, interaktif, dan mengikuti tren media sosial. Perbedaan dalam platform dan karakteristik audiens juga menjadi aspek penting dalam membedakan strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh masing-masing dai dalam media digital.

- c. Penelitian *Transformasi Dakwah di Era Milenial: Analisis Konten Login Habib Ja'far pada Saluran YouTube Dedy Corbuzier* oleh Miftah Aulia Rahmah dan Natasya Apriliani (2024) menganalisis bagaimana dakwah Habib Ja'far disajikan dan diterima generasi milenial melalui YouTube. Menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui analisis isi, penelitian ini menemukan bahwa dakwah kini dapat disampaikan secara online melalui platform digital seperti YouTube. Habib Ja'far menjadi contoh pendakwah yang populer di kalangan anak muda melalui dakwahnya di platform tersebut. Perbedaan penelitian ini dapat dilihat dari beberapa aspek, termasuk fokus utama, jenis platformnya, metode penelitiannya dan hasil yang diperoleh, sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya teliti yaitu sama-sama mengambil fokus pada dakwah digital dan penggunaan teori retorika.
- d. Penelitian *Retorika Dakwah Habib Bahar Bin Smith pada Akun YouTube Orde Salaf Official* oleh Zikri Ahmad Safan (2024) menganalisis penerapan retorika Habib Bahar dalam dakwah di YouTube, khususnya untuk generasi muda. Dengan metode kualitatif deskriptif, data diperoleh melalui analisis konten video dan observasi gaya penyampaian, seperti

bahasa, nada suara, dan gerak tubuh. Hasilnya menunjukkan Habib Bahar berhasil menerapkan elemen retorika Aristoteles (*ethos, pathos, logos*), menyentuh emosi audiens melalui tema relevan dan bahasa sederhana, serta menyampaikan pesan dengan gaya tegas dan penuh semangat. Dakwahnya juga memicu diskusi di media sosial, mencerminkan pengaruh yang signifikan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu menunjukkan perbedaan yang signifikan yaitu pada aspek subjek penelitian, platform media sosial dan implikasi penelitiannya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti akan teliti terletak pada teori yang sama yaitu penggunaan teori retorika dan membahas mengenai pentingnya emosi dan kredibilitas dalam dakwah.



F. Kerangka Berpikir



Bagan 1.2 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event dalam menguatkan hati para remaja. TikTok telah menjadi ruang pencarian inspirasi, termasuk dalam bentuk konten dakwah. Penelitian ini berfokus pada bagaimana retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki, melalui pendekatan *ethos*, *pathos* dan *logos* dapat menyentuh hati serta memperkuat keimanan remaja.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teori retorika dakwah, di mana pendakwah memanfaatkan *ethos* untuk membangun kredibilitas, *pathos* untuk menyentuh emosi audiens dan *logos* untuk menyampaikan pesan yang

logis serta terstruktur. Selain itu, dakwah di media sosial seperti TikTok memungkinkan penyampaian pesan agama secara menarik melalui video pendek dan *storytelling* yang relevan dengan audiens muda.

Dalam implementasinya, Ustadz Hanan Attaki mengaplikasikan *ethos* melalui kredibilitasnya sebagai pendakwah muda, *pathos* dengan penggunaan cerita serta analogi yang mengena di hati, serta *logos* dengan menyampaikan pesan agama yang relevan dalam kehidupan sehari-hari. Kemudian tanggapan audiens terhadap retorika dakwah yang beliau sampaikan di TikTok menjadi aspek penting dalam penelitian ini.

Banyak remaja yang merasa lebih tenang dan mendapatkan ketenangan batin setelah mendengar ceramah ustadz Hanan, terutama saat menghadapi tekanan hidup, perasaan putus asa, atau tantangan emosional. Melalui pendekatan retorikanya yang lembut, penuh empati, dan dekat dengan pengalaman keseharian remaja, Ustadz Hanan Attaki mampu memberikan motivasi serta sudut pandang baru dalam menghadapi permasalahan hidup.

Tidak sedikit audiens yang mengungkapkan bahwa setelah mendengarkan dakwahnya, mereka lebih berpikir matang sebelum bertindak, terutama dalam menghadapi emosi negatif seperti keinginan untuk menyakiti diri sendiri atau melakukan tindakan yang tidak pantas. Dengan kata lain, retorika dakwah yang beliau gunakan tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian ilmu agama, tetapi juga sebagai sarana penguatan mental dan spiritual bagi remaja dalam menghadapi berbagai persoalan hidup.

G. Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian berfokus pada retorika dakwah yang digunakan untuk menarik minat generasi muda dalam menghadapi permasalahan hidup. Dengan pendekatan yang sistematis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang efektivitas dakwah melalui media sosial.

1. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme yang berfokus pada bagaimana individu membangun makna dari pengalaman mereka. Dalam konteks ini, remaja sebagai audiens akan membangun pemahaman dan makna dari pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki di TikTok.⁸ Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki dapat memberikan pengaruh positif terhadap remaja serta bagaimana cara peranan retorika dakwah tersebut dapat diterima dan dimaknai oleh audiens muda.

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, yaitu menggambarkan retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok secara sistematis. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu fenomena sebagaimana adanya.⁹ Jenis

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 22.

⁹ Alfatih, Andy, *Dasar-Dasar Penelitian Sosial* (Palembang: UNSRIPRESS, 2017), 1

penelitian ini bersifat kualitatif serta referensi dari buku, jurnal dan artikel ilmiah terkait. Penelitian kualitatif berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci.¹⁰ Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepuustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.¹¹

Data utama dalam penelitian ini didukung oleh referensi dari buku, jurnal, dan artikel ilmiah terkait. Analisis dilakukan dengan mengkaji serta menginterpretasikan data yang diperoleh langsung dari lapangan tanpa mengandalkan sumber kepustakaan. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana retorika dakwah tersebut mampu menguatkan hati remaja di era digital.

3. Sumber Data

Untuk penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan:

a. Data Primer

Penelitian ini diperoleh dari beberapa konten unggahan TikTok Ustadz Hanan Attaki, @am.event yang menggunakan tagar #sharingtime. Mengingat banyaknya jumlah video yang diunggah, peneliti menggunakan

¹⁰ Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 30.

¹¹ M Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), 11.

teknik *purposive sampling* dengan beberapa indikator untuk memilih video yang relevan. Indikator yang digunakan antara lain:

1) Tema yang Relevan dengan Kebutuhan Remaja

Video yang membahas masalah-masalah yang sering dihadapi remaja, seperti pencarian jati diri, kegalauan cinta, motivasi hidup, pentingnya hijrah dan cara mendekatkan diri kepada Allah. Tema ini dipilih karena berkaitan langsung dengan kebutuhan spiritual dan emosional remaja.

2) Kaitannya dengan Retorika Dakwah

Video yang menonjolkan penggunaan retorika dakwah, terutama pendekatan *ethos* (kredibilitas pendakwah), *pathos* (emosi audiens) dan *logos* (logika dan dalil yang mendukung pesan dakwah). Konten ini dianalisis untuk memahami retorika dakwah yang efektif.

3) Menggunakan Tagar #sharingtime

Hanya video yang secara eksplisit menggunakan tagar ini, karena tagar tersebut mencerminkan format dakwah Ustadz Hanan Attaki yang dirancang untuk memberikan inspirasi singkat dan mendalam.

4) Jumlah *Viewers* di Atas Seratus Ribu Penonton

Video dengan jumlah penonton lebih dari seratus ribu dipilih karena menunjukkan tingkat popularitas yang tinggi serta daya tarik yang kuat bagi audiens. Tingginya jumlah viewers juga mencerminkan luasnya jangkauan dan potensi pengaruh dakwah yang disampaikan, sehingga

dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang efektivitas retorika yang digunakan.

5) Durasi Video

Video dengan durasi optimal 30 detik sampai 5 menit diprioritaskan, karena sesuai dengan gaya komunikasi TikTok yang singkat dan padat, namun tetap relevan untuk menyampaikan pesan.

Berdasarkan indikator tersebut, peneliti memilih beberapa video sebagai sampel data primer, adapun video-video yang digunakan dalam penelitian ini tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 1.3
Daftar Video Dakwah Ustadz Hanan Attaki
pada Akun TikTok @am.event yang Digunakan sebagai Data Primer

No	Judul Video	Durasi	Viewers	Tagar
1	Jodoh itu anugerah, bisa jadi cermin atau pelengkap	04:54	> 1.200.000	#sharingtime
2	Do'a bisa merubah takdir	02:50	> 880.000	#sharingtime
3	Yakin sama Allah ketika menghadapi ujian	01:12	> 490.000	#sharingtime
4	Salah satu cara move on adalah hilang untuk healing	01:07	> 243.000	#sharingtime
5	Gwenchanayo aku engga apa-apa: Catatan untuk para orang tua	00:53	> 190.000	#sharingtime

b. Data Sekunder

Data ini adalah hasil penelitian retorika, komunikasi dakwah serta media sosial yang menggunakan sejumlah sumber pustaka sebagai pembandingan, yaitu buku, jurnal, artikel dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Simak-Catat

Teknik simak-catat digunakan untuk mencatat informasi penting dari video yang diamati seperti menyimak konten video secara mendalam untuk memahami pesan utama, pendekatan yang digunakan, serta elemen retorika seperti *ethos*, *pathos* dan *logos*, kemudian mencatat tema dakwah, durasi video, jumlah viewers dan interaksi audiens (komentar atau respons lain), lalu mengelompokkan video berdasarkan indikator *purposive sampling*, seperti tema yang relevan dan jumlah *viewers* di atas seratus ribu penonton.

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk merekam dan menyimpan data-data penting dari TikTok sebagai bukti penelitian, seperti mengarsipkan beberapa video yang dipilih berdasarkan *purposive sampling* dalam bentuk *screenshot* atau tautan kemudian mengumpulkan metadata seperti deskripsi video, tanggal unggahan, tagar yang digunakan, serta statistik video (jumlah viewers, dan komentar).

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan peneliti klasifikasikan pada teknik analisis dengan menggunakan pendekatan retorika Aristoteles yang berfokus pada identifikasi unsur-unsur *ethos*, *pathos* dan *logos* dalam dakwah Ustadz Hanan

Attaki. *Ethos* mencakup kredibilitas Ustadz Hanan Attaki, yang dibangun melalui latar belakang pendidikan Ustadz Hanan Attaki di Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, serta reputasinya sebagai hafiz Al-Qur'an. Kredibilitas ini didukung oleh pengalaman dakwahnya yang luas dan kemampuan berkomunikasi dengan audiens muda melalui bahasa dan gaya yang *relatable* dan autentik. Dalam penelitian ini, *ethos* akan dianalisis dari cara Ustadz Hanan Attaki menyampaikan ceramah dan membangun kepercayaan dengan audiens.¹²

Pathos atau pendekatan emosional, mencakup penggunaan cerita personal dan kisah inspiratif dalam ceramah untuk menyentuh hati audiens. Ustadz Hanan Attaki sering menggunakan narasi dramatis, musik latar yang mendukung suasana emosional, dan bahasa empatik yang mudah dipahami oleh remaja. Pendekatan ini bertujuan untuk menarik perhatian dan membangkitkan emosi audiens sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima.¹³

Logos dalam dakwah Ustadz Hanan Attaki melibatkan penggunaan argumen logis dan terstruktur. Ustadz Hanan Attaki sering mengutip ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis untuk mendukung pesan yang disampaikan, menjelaskan konsep agama dengan logika yang jelas dan relevan dengan kehidupan sehari-hari remaja. Struktur ceramahnya yang teratur dan penggunaan kalimat logis membantu audiens memahami dan menerima pesan dengan baik. Dalam

¹² Ahmad, R, Dakwah Digital: Analisis Gaya Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 15(2), 2020, 45-60.

¹³ Sari, D, Pemanfaatan Media Sosial dalam Dakwah: Studi Kasus pada Dakwah Digital Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, Vol. 18(1), 2021, 32-48.

penelitian ini, *logos* akan dianalisis dari cara Ustadz Hanan Attaki menyusun argumen dan menyampaikan pesan agama secara rasional dan praktis.¹⁴

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang efektivitas dakwah melalui media sosial serta kontribusi Ustadz Hanan Attaki dalam menata hati anak muda di era digital.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika yang terdapat pada pembahasan didalam penyusunan isi skripsi ini diantaranya halaman, judul, halaman pengesahan, daftar isi serta dilanjutkan dengan lima bab yang menjadi sub bab.

BAB I, Pendahuluan terdapat gambaran umum mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian yang relevan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

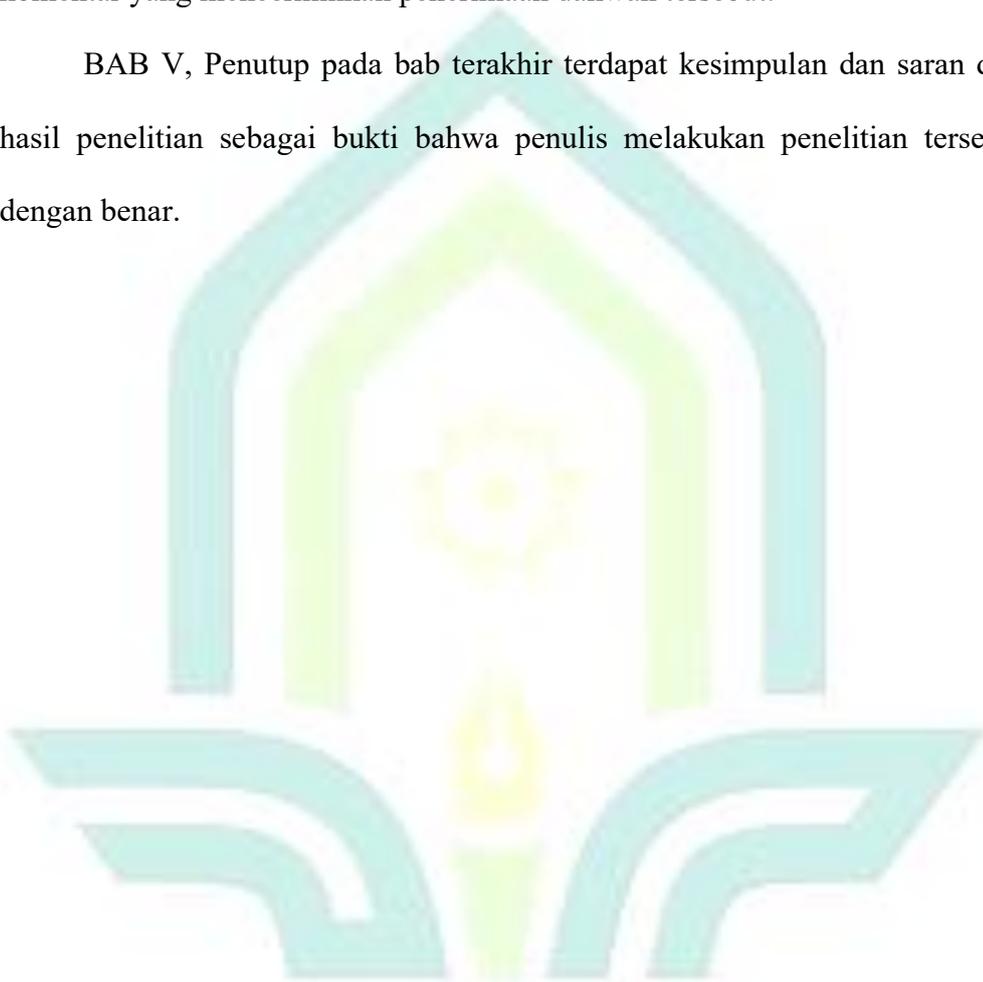
BAB II, Landasan teori yang digunakan dalam membahas teori dakwah, teori retorika, dakwah di media sosial, dan teori penguatan hati terhadap para remaja yang disampaikan oleh Ustadz Hanan Attaki di platform TikTok, serta beberapa sub bab yang menyertainya.

BAB III, Data mengenai profil Ustadz Hanan Attaki sebagai pendakwah muda yang populer, gaya dan strategi dakwahnya, pendeskripsian tentang dakwah ustadz hanan attaki pada akun TikTok @am.event dan retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki.

¹⁴ Sulaiman, A, Strategi Dakwah yang Relevan dengan Remaja: Studi Kasus Dakwah Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Kajian Remaja*, Vol. 10(1), 2020, 15-29.

BAB IV , Uraian analisis terhadap peranan retorika pada konten dakwah Ustadz Hanan Attaki berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui observasi konten TikTok. Analisis dilakukan untuk memahami relevansi tema dakwah dengan kebutuhan remaja, retorika yang digunakan, serta dampaknya terhadap audiens, khususnya dari segi respons audiens seperti viewers dan komentar yang mencerminkan penerimaan dakwah tersebut.

BAB V, Penutup pada bab terakhir terdapat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian sebagai bukti bahwa penulis melakukan penelitian tersebut dengan benar.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap lima konten video dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event, dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah yang digunakan oleh Ustadz Hanan merupakan bentuk komunikasi persuasif yang kuat dan efektif dalam menjangkau hati para remaja. Pendekatan retorik yang diterapkan mengacu pada teori klasik Aristoteles, yaitu terdiri dari tiga unsur utama: *ethos* (karakter pembicara), *pathos* (daya emosi) dan *logos* (logika pesan). Ketiga unsur ini tidak hanya muncul secara eksplisit dalam gaya ceramah Ustadz Hanan, tetapi juga terintegrasi secara harmonis dalam setiap struktur penyampaian dakwahnya.

Unsur *ethos* tampak kuat dari citra Ustadz Hanan sebagai pendakwah yang berkarakter santun, bersahaja, dan menguasai ilmu agama. Ia menyampaikan materi dakwah dengan gaya bahasa yang tenang, menggunakan referensi dari Al-Qur'an, hadits serta kisah sahabat Nabi yang membuktikan kompetensinya sebagai da'i yang cerdas dan memiliki integritas. Hal ini memperkuat kepercayaan audiens terhadap dirinya sebagai sumber informasi yang layak dipercaya.

Unsur *pathos* hadir dominan dalam konten dakwah melalui gaya penyampaian yang emosional, naratif, dan menyentuh sisi afektif audiens. Ustadz Hanan menggunakan cerita-cerita inspiratif dan contoh kehidupan yang dekat dengan realitas remaja, seperti kegalauan, kehilangan, dan ujian hidup.

Dengan menggunakan bahasa yang ringan, penuh empati dan *relatable*, Ustadz Hanan Attaki mampu membangun kedekatan emosional yang kuat dengan audiens sehingga dakwahnya tidak hanya didengar tetapi juga dirasakan secara mendalam.

Unsur *logos* terlihat dari kemampuan Ustadz Hanan dalam menyusun argumen keislaman secara runtut dan logis. Setiap pesan dakwah disampaikan secara sistematis, disertai dengan penjelasan rasional dan dikaitkan dengan dalil-dalil yang relevan. Ustadz Hanan mampu menjembatani antara ajaran agama dan realitas kehidupan sehingga pesan dakwah menjadi masuk akal, mudah dipahami dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari remaja.

Dari keseluruhan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki pada akun TikTok @am.event berhasil menggabungkan dimensi keilmuan, emosional dan logika dalam satu kesatuan pesan dakwah yang utuh. Gaya retorika yang komunikatif, humanis dan kontekstual menjadikannya relevan bagi remaja yang sedang mengalami gejolak batin, pencarian identitas serta krisis emosional. Oleh karena itu, gaya dakwah semacam ini dapat dikategorikan sebagai retorika dakwah yang efektif dalam menguatkan hati remaja di era digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis menyadari bahwa dakwah melalui media sosial, khususnya TikTok, memiliki potensi besar dalam menjangkau generasi muda. Namun agar

potensi tersebut dapat dimaksimalkan dan tidak disalahgunakan, diperlukan upaya strategis dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan beberapa saran berikut sebagai bahan pertimbangan dan tindak lanjut yang konstruktif.

1. Bagi Da'i dan Pendakwah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para da'i dan pendakwah dalam mengembangkan metode dakwah di media sosial, khususnya dalam penggunaan pendekatan retorika yang sesuai dengan karakteristik audiens muda. Penyampaian yang santun, emosional dan logis terbukti efektif dalam menarik perhatian dan membangun kedekatan dengan audiens.

2. Bagi Pengelola Akun Dakwah Digital

Perlu adanya pengelolaan konten yang lebih strategis dan terstruktur agar pesan-pesan dakwah tidak hanya tersebar luas tetapi juga memiliki dampak transformasional terhadap perilaku audiens. Penggunaan media sosial harus dibarengi dengan pemahaman terhadap dinamika psikologi audiens dan prinsip-prinsip retorika dakwah.

3. Bagi Mahasiswa KPI atau Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada analisis retorika berdasarkan teori Aristoteles dan lima konten video TikTok. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih banyak konten, memperluas pendekatan teori (misalnya teori komunikasi dakwah, semiotika atau sosiologi media), serta

melibatkan data lapangan seperti wawancara langsung dengan audiens atau pengelola akun.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Hasjmi, *Fiqh Dakwah dan Pemikiran Dakwah di Indonesia* (Bogor: Pustaka Melek, 2013), 4.
- Abdul Aziz, Retorika dalam Dakwah Islam, *Jurnal At-Taqaddum*, 11(1), 2019, 67.
- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 30.
- Affandi, N. R. D., & Octavianti, M, Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah, *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(2), 2019, 173.
- Agus Haryanto, Retorika Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Islam, *Jurnal Al-Hikmah*, 19(2), 2018, 184.
- Ahmad, R, Dakwah Digital: Analisis Gaya Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 15(2), 2020, 45-60.
- Alfatih, Andy, *Dasar-Dasar Penelitian Sosial* (Palembang: UNSRIPRESS, 2017), 1
- Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, (Beirut: Dar al-Fikr).
- Ali Mukhtar, Unsur-Unsur Pokok dalam Dakwah dan Tantangannya di Era Digital, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 23(2), 2018, 56.
- Amin, *Metode Dakwah Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Anisa Putri, Pendekatan Retorika dalam Dakwah Digital di Kalangan Milenial,” *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol. 14(1), 2022, 91.
- Anwar Sutoyo, *Bimbingan dan Konseling Islam untuk Remaja*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2018, 77.

- Anwar Sutoyo, *Bimbingan dan Konseling Islam untuk Remaja*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2018, 80.
- Aristoteles, *The Art of Rhetoric*, terj. W. Rhys Roberts (New York: Dover Publications, 2004), 137.
- Aristoteles, *The Art of Rhetoric*, terj. W. Rhys Roberts (New York: Dover Publications, 2004), hlm. 135
- Aristoteles, *The Art of Rhetoric*, Terjemahan Penguin Classics, 2006
- Aristoteles. *The Art of Rhetoric*. Terj. W. Rhys Roberts. New York: Modern Library, 1954, 135.
- Aristoteles. *The Art of Rhetoric*. Terjemahan W. Rhys Roberts. New York: Dover Publications, 2004.
- Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 86.
- Asrori, Strategi Dakwah di Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Moral untuk Remaja, *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 4(2), 2022, 45.
- Azhar, Retorika Dakwah di Era Digital: Menggugah Emosi melalui Konten Visual, *Jurnal komunikasi Islam*, 12(3), 2024, 45-61.
- Burhanuddin, *Retorika dalam Komunikasi Dakwah Islam*. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(1), 2021, 24.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 155.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), Surah Ibrahim: 4.

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: MQS Publishing, 2010), 281.
- Desmita. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011, 144.
- Detik.com. (2024). *Meningkatkan Minat Dakwah di Era Milenial melalui Kajian Ustadz Hanan Attaki*, Diakses pada 26 November 2024, <https://www.kompasiana.com/nisrinakamelia8487/6655554634777c409c161122/meningkatkan-minat-dakwah-di-era-milenial-melalui-kajian-ustadz-hanan-attaki> .
- Detikjatim, Biodata dan Profil Ustadz Hanan Attaki yang Dibaiat Jadi Warga NU, diakses 5 Mei 2025, <https://www.detik.com/jatim/berita/d-6716786/biodata-dan-profil-ustaz-hanan-attaki-yang-dibaiat-jadi-warga-nu>.
- Dewi Sri, Pengaruh Visualisasi dalam Video Dakwah di TikTok terhadap Perhatian Audiens, *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 3(1), 2021, 25.
- Djaali. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013, 94.
- Em Griffin, *A First Look at Communication Theory*, 291
- Em Griffin, *A First Look at Communication Theory*, 292
- Fauziah, Lina, Kreativitas Dakwah di Media Sosial: Studi Kasus pada Pendakwah Muda di Instagram, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(3), 2019, 55.
- Fauziyah, Estetika Visual dalam Dakwah Digital: Studi pada Konten Ceramah di TikTok, *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 6(1), 2020, 68.
- Fitriyani, N, Literasi Digital dan Dakwah Islam: Peluang dan Tantangan Pendakwah di Era 4, *Jurnal Al-Balagh: Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 2022, 55.

Ghalia Indonesia, 2002), 11.

Harahap, Rizki Arif, Transformasi Dakwah Sebagai Upaya Pemberdayaan Umat, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 2020, 137.

Hendrikus, A, *Retorika: Seni Berbicara dan Memengaruhi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010).

I Gusti Ngurah Oka, *Reotrik Sebuah Tinjauan Pengantar*. (Bandung: Tarate, 1976), 44.

Ila Fadilasari, *5 Prinsip dalam Menjaga Hati agar Selalu Bersih*, NU Online Lampung, diakses 9 Desember 2024, <https://lampung.nu.or.id/syiar/5-prinsip-dalam-menjaga-hati-agar-selalu-bersih-FuLsj>.

Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, *Laporan Tahunan Kesehatan Remaja Indonesia 2022*, Jakarta: Kemenkes RI, 2022, 7.

Kennedy, G. A, *A New History of Classical Rhetoric*, (Princeton: Princeton University Press, 1994).

Khoiriyah, L, Tren Tematik dalam Dakwah Digital dan Implikasinya terhadap Generasi Milenial, *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 6(3), 2021, 92.

Komnas Perempuan, *Laporan Tahunan 2023: Kekerasan Terhadap Perempuan*, (Jakarta: Komnas Perempuan, 2023), 3, <https://komnasperempuan.go.id/download-file/1085>.

Langgulung, Hasan, *Pendidikan Islam dan Perubahan Sosial*, Jakarta: UI Press, 1986, 87.

Lubis, Muchlis, *Komunikasi Dakwah dalam Masyarakat Modern*. (Jakarta: Kencana, 2012).

M Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta:

- M. Ali Mahfudz, *Hidayat Al-Mursyidin Ila Turuuq Al-Wa'zi Wa Al-Khitaabah*, (Beirut: Dar Al-Ma'rifah, Tt.), 17.
- Mahfud Junaedi, Logika dalam Komunikasi Dakwah Islam, *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(2), 2016, 210.
- Marzuki, Ahmad, Peran Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Generasi Milenial, *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 2021, 88.
- Mohamad Sobirin, Efektivitas Dakwah Digital dalam Pembinaan Remaja di Media Sosial, *Jurnal Komunika*, 12(1), 2020, 34.
- Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 133.
- Muhammad Sufyan Abdurrahman, Generasi Muda, Agama Islam, dan Media Baru: Perilaku Keagamaan Gerakan Shift Pemuda Hijrah, *Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 20(1), 2020, 53.
- Mujib, Abdul. *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2010).
- Mukhtar, Unsur-unsur Pokok Dakwah dan Implikasinya dalam Komunikasi Islam, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 38(2), 2018, 201.
- Mulyadi, Efektivitas Dakwah di Media Sosial: Studi Kasus pada Pendakwah Muda di Instagram, *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 2021, 133.
- Mustafid,A., Nuraida., Walian, A, Kontribusi Dakwah Ustadz Hanan Attaki terhadap Anak Muda di Media Sosial Instagram, *Jurnal Ilmu Sosial dan Isu Kontemporer*, 1(1), 2023, 149.
- Natsir, Muhammad, *Dakwah dan Tanggung Jawab Umat*, (Jakarta: Media Dakwah).
- Nugroho, Hendri. "Bahasa Dakwah di Media Sosial: Strategi Komunikasi untuk Generasi Z." *Jurnal Bahasa dan Dakwah*, vol. 6, no. 1, 2020, hlm. 20–30.

- Nurdin, Emosi dan Retorika dalam Komunikasi Dakwah, *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 4(1), 2021, 45.
- Nursalam, Peran Media Sosial dalam Penguatan Karakter Remaja, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 11, No. 3, 2019, 45.
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), 59.
- Purwaningsih, H, Media Sosial Sebagai Media Dakwah di Era Digital, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(1), 2020, 27.
- Putri, Anisa, Fleksibilitas Konten Dakwah di Media Sosial, *Jurnal Dakwah Millennial*, 1(2), 2022, 35.
- Quintilian, *Institutio Oratoria*. (Cambridge: Harvard University Press, 1959)
- Rachmawati Amalia & Suryadi. “Dinamika Kesehatan Mental Remaja di Era Digital”, *Jurnal Psikopedagogia*, Vol. 9, No. 2, 2020, hlm. 110–111.
- Rachmawati Amalia, Dinamika Kesehatan Mental Remaja di Era Digital, *Jurnal Psikopedagogia*, 9 (2), 2020, 110.
- Rachmawati, Efektivitas Dakwah Interaktif di Media Sosial: Studi pada Pendakwah Muda di Instagram, *Jurnal Komunika*, 12(2), 2020, 78.
- Rahman, Zulfikar, Efektivitas Dakwah Digital di Era Media Sosial, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 4(1), 2020, 56.
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001, 134.
- Ramadhan, F. & Nurhayati, L, Penerapan Dialogika dalam Strategi Komunikasi Dakwah, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 2019, 45.

- Ramadhani, Nabila, *Etos Retorika dalam Dakwah: Kajian Tokoh Ustadz Populer di Media Sosial*, *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 2021, 211.
- Rasyid, Komunikasi Dialogis dalam Dakwah Media Sosial: Studi Kasus Live Instagram Ustadz Muda, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 2020, 71.
- Rohman, A, Tafsir Kontekstual dalam Dakwah Digital: Studi Kasus TikTok Islami, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 2021, 68.
- Rosyada, Dede, *Pendidikan Islam dalam Perspektif Perubahan Sosial Budaya*, (Jakarta: Prenada Media, 2004).
- Rukmana, A, Monologika dalam Dakwah Digital: Sebuah Analisis Retorika, *Jurnal Komunika*, 13(2), 2021, 112.
- Santrock, *Psikologi Perkembangan: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga, 2012, hlm. 133.
- Sardila, Arini, Alternatif Peningkatan Kreativitas Retorika Mahasiswa Melalui Model Simulasi pada Media Penyiaran, *Jurnal Risalah*, 29(1), 2018, 48.
- Sari, D, Pemanfaatan Media Sosial dalam Dakwah: Studi Kasus pada Dakwah Digital Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, Vol. 18(1), 2021, 32-48.
- Sarlito W. Sarwono. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015, 59.
- Shihab, M. Quraish, *Wawasan Al-Qur'an*, (Bandung: Mizan, 2007).
- Shihab, M. Quraish, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Berbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1992)
- Solihin, Mukhtar, Retorika dalam Dakwah Kontemporer, *Jurnal Ilmu Dakwah*, 39(2), 2018.

- Subki, Ahmad, *Metode Dakwah dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Sudrajat, Nana, Strategi Dakwah terhadap Remaja di Era Digital, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 2021, 60.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 22.
- Suharyadi, Retorika Dakwah dalam Perspektif Aristoteles, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4 (1), 2020, 35.
- Sulaiman Rasyid, Retorika dalam Dakwah Islam,” *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15(2), 2014, 174.
- Sulaiman, A, Strategi Dakwah yang Relevan dengan Remaja: Studi Kasus Dakwah Ustadz Hanan Attaki. *Jurnal Kajian Remaja*, Vol. 10(1), 2020, 15-29.
- Suryani, N. & Fadilah, I, Efektivitas Elemen Visual dan Audio dalam Penyampaian Dakwah di Media Sosial, *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 13(1), 2021, 47.
- Syamsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, 11.
- Tafsir, Ahmad, *Ilmu Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005, 42.
- Tania, Guesty, Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Hanan Attaki di Media Sosial Instagram, (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019), 62
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama), 156.
- Wahyuni, Optimalisasi Algoritma TikTok untuk Penyebaran Konten Dakwah di Kalangan Remaja Muslim, *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 5(2), 2022, 121.
- We Are Social & Hootsuite, *Digital Report Indonesia*, 2022.

Yusuf Al-Qaradhawi, *Retorika dan Narasi Dakwah bagi Pemula*, (Mataram: UIN Mataram, 2020), 12.

Zainul Ma'arif, *Retorika: Metode dan Komunikasi Publik*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 2.

Zainul Maarif, *Retorika Metode Komunikasi Publik*. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 1.

Zakirah, A, Logika dalam Retorika Dakwah Islam: Pendekatan Logos dalam Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 2023, 88–102.

Zakirah, Pathos dalam Dakwah Islam: Studi Kasus dalam Komunikasi Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 2023, 113-127.

Zuhri, Syarifuddin, Retorika dalam Komunikasi Dakwah: Studi Analisis Penyampaian Ceramah Islam di Media Sosial, *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(1), 2022, 33.

Zulkarnain, M, Pendekatan Retorika dalam Dakwah Digital: Analisis Unsur Logos dalam Ceramah Islam di Media Sosial, *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 2021, 136.