EUFEMISME DAKWAH TEH IIM DALAM KAJIAN KITAB FATHUL IZAR DI AKUN TIKTOK AL ASRAN TEH IIM (@teh_iim0)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

IRVAN NIRVANA
NIM 3420004

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026

EUFEMISME DAKWAH TEH IIM DALAM KAJIAN KITAB FATHUL IZAR DI AKUN TIKTOK AL ASRAN TEH IIM (@teh_iim0)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

IRVAN NIRVANA
NIM 3420004

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Irvan Nirvana

NIM : 3420004

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Judul Skripsi : Eufemisme dakwah Teh Iim dalam Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok Al Asran Teh Iim @teh_iim0

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya, apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 10 Oktober 2026

Yang Menyatakan,



Irvan Nirvana

NIM. 3420004

NOTA PEMBIMBING

Mukoyimah, M.Sos.

Jln. Jatirogo Ds. Karas kec. Sedan Kab. Rembang 53264

Lamp. : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Irvan Nirvana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam

di PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Irvan Nirvana

NIM : 3420004

Judul : Eufemisme dakwah Teh Iim dalam Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok Al Asran Teh Iim @teh_iim0

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 Oktober 2026

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 (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama	:	**Irvan Nirvana**
NIM	:	**3420004**
Judul Skripsi	:	**Eufemisme Dakwah Teh Iim dalam Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok Al Asran Teh Iim @teh_iim0**
Dosen Pembimbing	:	**Mukoyimah, M.Sos.**

Telah diujikan pada Hari Selasa tanggal 20 Oktober 2026 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
Heriyanto, M.S.I	**Afina Fahru Miliana, M.A.**
NIP. 198708092018011001	**NIP. 199309212025052003**

Pekalongan, 22 Oktober 2026
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dr. Amat Zuhri, M. Ag.
NIP. 197204042001121001

PEDOMAN TRANSLITERASI

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha

د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

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

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

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

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْـَ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وْـَ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...ىِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

   Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

   Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

   Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلاَلُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ — Wa innallāha fahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha fahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا — Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-umuru jamī`an/Lillāhil-umuru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Agama (S.Sos.) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materiil maupun moril dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Imron Rosyadi dan Ibu Casmira yang tiada henti mendoakan putrinya, terima kasih atas cinta yang tidak pernah berkurang, serta pengorbanan yang begitu besar demi masa depan penulis.
2. Untuk diri penulis, terimakasih sebesar-besarnya sudah bertahan hingga titik yang sangat berharga ini.
3. Untuk kedua adik tersayang, Nayra Berliana Nirvana dan Helmy Aditya. Terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatian yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi salah satu alasan untuk penulis bisa berjuang sejauh ini.
4. Almamater Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Khususnya untuk ketua program studi Ibu Mukoyimah, M.Sos. dan sekretaris program studi Bapak Dimas Prasetya, M.A. Terimakasih kepada beliau karena telah selalu memberikan dukungan dan doa.
5. Dosen Pembimbing Skripsi Ibu Mukoyimah, M.Sos. Terima kasih atas kesabaran, bimbingan, arahan, serta ilmu yang diberikan selama proses

penyusunan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan dukungan yang diberikan, karya ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

6. Keluarga Pondok Pesantren Az-Zabur Pekalongan. Terimakasih telah menemani proses dari awal perkuliahan hingga perkuliahan selesai, telah menjadi saksi berbagai cerita, tawa, keluh kesah, dan perjuangan selama menjalani hari-hari di perantauan.
7. Serta teman-teman seperjuangan satu angkatan KPI 20 yang tidak bisa penulis sebutkan semua, Terima kasih atas kebersamaan selama menempuh perjalanan akademik ini. Banyak cerita, perjuangan, tawa, dan juga lelah yang telah kita lalui bersama.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan, keberkahan, kenikmatan, kebahagiaan, dan kekuatan kepada kita, baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Aamiin.

MOTTO

"*Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat.*"

Nabi Muhammad SAW (HR. Bukhari)

"Retorika adalah kemampuan melihat cara-cara membujuk yang tersedia dalam setiap keadaan."

(Aristoteles, *Retorika*)

ABSTRAK

Nirvana, Irvan. 2026. Eufemisme Dakwah Teh Iim dalam Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok Al Asran Teh Iim @teh_iim0. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman WahidPekalongan.

Pembimbing. Mukoyimah, M.Sos.

Kata kunci: eufemisme, dakwah, Teh Iim, Kitab *Fathul Izar*, TikTok, retorika Aristoteles.

Dakwah kini banyak dilakukan lewat media sosial, salah satunya TikTok. Akun Al Asran teh Iim (@teh_iim0) membahas Kitab *Fathul Izar*, yaitu kitab tentang adab dan tuntunan hubungan suami istri. Karena topiknya sensitif dan videonya bisa ditonton siapa saja, pemateri perlu memilih kata dengan hati-hati. Salah satu caranya adalah memakai eufemisme, yaitu ungkapan yang lebih halus dan sopan sebagai pengganti kata yang terasa kasar. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui eufemisme dakwah yang dilakukan Teh Iim pada kajian Kitab *Fathul Izar* di akun tersebut, dan (2) menganalisisnya menggunakan teori *ethos*, *pathos*, dan *logos* dari Aristoteles. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Data utama berasal dari tujuh video kajian Kitab *Fathul Izar* di akun @teh_iim0. Data dikumpulkan melalui observasi, simak-catat, dan dokumentasi (transkrip video). Data kemudian dianalisis dengan analisis isi model Klaus Krippendorff. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Teh Iim memakai ungkapan halus untuk menyebut hubungan suami istri, seperti “bercampur gaul”, “berhubungan intim”, “bercinta”, “menggauli”, “mengumpuli istri”, dan “berjima’”. Bentuk yang paling banyak dipakai adalah penggantian satu kata dengan kata lain yang lebih lembut, disertai penjelasan yang agak panjang dan ungkapan kiasan. Eufemisme ini berfungsi untuk menghaluskan ucapan, mengajarkan adab, menjaga perasaan penonton, dan mengiringi peringatan dengan doa. Penghalusan hanya dipakai pada bagian yang sensitif, tidak pada pembahasan pernikahan secara umum. Jika dilihat dari teori Aristoteles, pada sisi *ethos*, eufemisme menunjukkan kecerdasan, kesantunan, dan niat baik pemateri untuk melindungi penonton dari berbagai usia. Pada sisi *pathos*, eufemisme mengurangi rasa canggung dan membuat suasana terasa akrab, serta menjaga keseimbangan antara rasa waspada dan harapan. Pada sisi *logos*, eufemisme berjalan bersama pola sebab akibat dan sandaran pada pendapat ulama. Meski demikian, penghalusan kata perlu disertai penjelasan agar maksudnya tidak kabur, dan rujukan sumber perlu disebut lebih jelas. Praktik ini juga sejalan dengan cara Al-Qur’an menyebut hubungan suami istri melalui *kinayah* (ungkapan tidak langsung).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillāhi rabbil ‘ālamīn, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad Saw., sang pembawa risalah kebenaran, teladan umat, dan cahaya kehidupan bagi seluruh manusia,

Penulis menulis karya ilmiah dalam bentuk skripsi, dengan judul “Eufemisme dakwah Teh Iim dalam Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok Al Asran Teh Iim @teh_iim0”. Dimana penulisan skripsi ini bermaksud agar pembaca mengetahui pesan dakwah dan bagaimana gaya retorika yang terkandung dalam lagu tersebut. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushulludin, Adab, dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusunan skripsi ini tidak akan mampu berjalan dengan baik dan benar tanpa keterlibatan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, Penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag, selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. Amat Zuhri, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
3. Ibu Mukoyimah, M.Sos., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Dimas Prasetya, M.A., selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ibu Mukoyimah, M.Sos., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Hanif Ardiansyah, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas motivasi, arahan, dan dukungannya selama masa perkuliahan.

7. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.
8. Segenap dosen UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Seluruh Staf Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Peneliti menyadari akan segala keterbatasan dan kekurangan dari isi maupun tulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak masih dapat diterima dengan senang hati. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi semua pihak yang membacanya.

DAFTAR ISI

JUDUL ..... **i**
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **ii**
NOTA PEMBIMBING ..... **iii**
PENGESAHAN ..... **iv**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **xii**
MOTTO ..... **xiv**
ABSTRAK ..... **xv**
KATA PENGANTAR ..... **xvi**
DAFTAR ISI ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Tinjauan Pustaka 7
F. Kerangka Berpikir 14
G. Metode Penelitian 15
H. Sistematika Penulisan 19

BAB II LANDASAN TEORI **21**
A. Eufemisme 21
B. Eufemisme Dakwah 25
C. Kesinambungan Eufemisme Dakwah Teh Iim pada Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok @teh_iim0 27
D. Retorika Aristoteles: *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* 29
E. TikTok sebagai Media Dakwah Digital 35
F. Kitab Fathul Izar 39

BAB III GAMBARAN UMUM DAN EUFEMISME DAKWAH TEH IIM PADA KAJIAN KITAB FATHUL IZAR DI AKUN @teh_iim0 .. 45
A. Profil Akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0) 45
B. Konten Kajian Kitab Fathul Izar di TikTok 47
C. Eufemisme Dakwah yang Dilakukan Teh Iim 53

BAB IV ANALISIS EUFEMISME DAKWAH TEH IIM PADA KAJIAN KITAB FATHUL IZAR DI AKUN TIKTOK @teh_iim0 59
A. Kerangka Analisis 59
B. Analisis *Ethos* 60

C. Analisis *Pathos* 61
D. Analisis *Logos* 63
E. Keterpaduan *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos* dalam Eufemisme Teh Iim..... 64
F. Pembahasan: Kesesuaian dengan Teori Eufemisme Dakwah 65

BAB V PENUTUP 66
A. Kesimpulan..... 66
B. Saran 67

DAFTAR PUSTAKA 68
LAMPIRAN..... 75

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan kewajiban asasi yang melekat pada setiap muslim sebagai upaya mengajak manusia kepada jalan kebaikan, menegakkan amar makruf nahi mungkar, serta menyampaikan ajaran Islam secara utuh kepada seluruh lapisan masyarakat. Sebagai aktivitas komunikasi keagamaan, dakwah tidak dapat dilepaskan dari unsur pesan (*maddah*), metode (*thariqah*), dan media (*washilah*) yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan dakwah secara efektif.[1] Efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh ketepatan da'i dalam memilih materi, menyusun strategi penyampaian, dan memanfaatkan media yang sesuai dengan karakteristik mad'u (objek dakwah) pada zamannya.[2]

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap dakwah dari yang semula berlangsung secara konvensional di masjid, majelis taklim, dan pesantren, menjadi dakwah berbasis digital yang menjangkau audiens lintas ruang dan waktu. Media sosial TikTok, dengan format video pendek yang ringkas dan algoritma distribusi konten yang sangat luas, telah menjelma menjadi salah satu ruang dakwah baru yang digemari oleh da'i maupun pengkaji kitab, terutama untuk menyasar generasi muda.[3] Visualisasi narasi keislaman melalui video pendek terbukti mampu meningkatkan keterjangkauan pesan dakwah, meskipun di sisi lain menuntut kreativitas dan kepiawaian retoris agar pesan tetap utuh dalam durasi yang terbatas.[4]

---

[1] Ilyas Ismail dan Prio Hotman, Filsafat Dakwah: *Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 202.

[2] Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), h. 81.

[3] M. Rizali Nurdin, "*Analisis Isi Pesan Dakwah di Media Sosial TikTok pada Akun @religiislamindonesia*" (Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Antasari Banjarmasin, 2023), h. 3–5.

[4] H. Zulfikar dan M. Fauzan, "*Visualisasi Naratif dalam Dakwah Islam di TikTok*," Jurnal Komunikasi Islam Kreatif 1, no. 2 (2023): h. 68–72.

Salah satu hal menarik dalam dakwah digital adalah bergesernya kajian kitab-kitab klasik (kitab kuning) yang sebelumnya hanya diajarkan secara berjenjang di lingkungan pesantren, kini turut dibahas secara terbuka di media sosial. Salah satunya adalah Kitab Fathul Izar Fi Kasyf al-Asrar li Awqat al-Harts wa Khilqat al-Akbar karya KH. Abdullah Fauzi, yang secara tradisional dikategorikan sebagai kitab fikih munakahat tingkat lanjut (ulya) berisi adab, etika, dan tuntunan hubungan suami istri menurut ajaran Islam. Kitab ini pada mulanya diajarkan secara terbatas kepada santri yang telah dianggap matang secara usia dan pemahaman keagamaannya, namun kini kajiannya dapat diakses secara terbuka oleh siapa pun melalui konten-konten TikTok, termasuk pada akun Al Asran teh Iim (@teh_iim0) yang sebagian kontennya mengangkat pembahasan kitab tersebut.[5]

Isi Kitab Fathul Izar berkaitan dengan hubungan suami istri, yaitu topik yang oleh sebagian masyarakat masih dianggap sensitif dan kurang pantas dibicarakan di ruang terbuka. Di pesantren, kitab ini biasanya dikaji pada bulan Ramadan untuk santri senior yang sudah matang pikirannya, dan disebut sebagai kitab yang paling terus terang di antara kitab-kitab tentang pernikahan yang dipelajari di pesantren.[6] Pilihan katanya pun lugas dan langsung, dengan tujuan agar pembaca memahami aturan dengan jelas dan tidak salah menerapkannya.[7]

Ketika kitab yang lugas seperti ini dibawa ke ruang digital yang bisa ditonton siapa saja, pemateri perlu memilih kata dengan hati-hati. Salah satu cara yang lazim dipakai adalah eufemisme. Secara sederhana, eufemisme

---

[5] KH. Abdullah Fauzi, *Fathul Izar Fi Kasyf al-Asrar li Awqat al-Harts wa Khilqat al-Akbar,* diterjemahkan oleh Firman Arifandi dengan judul *Wejangan Pengantin Anyar* (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2020), h. 1–9. Lihat juga uraian ringkas kitab ini dalam Muhammad Iqbal, "*Mengenal Kitab Fathul Izar, Kitab Pendidikan Seks Santri Tingkat Lanjut,*" NU Online Jabar, 9 Mei 2022, diakses 4 Juli 2026, https://jabar.nu.or.id/ubudiyah/mengenal-kitab-fathul-izar-kitab-pendidikan-seks-santri-tingkat-lanjut-ImG1u.

[6] Bannan Naelin Najihah, "*Seksualitas Perempuan dalam Kitab Fathu Al-Izar fi Kasyfi Al-Asrar Al-Awqat Al-Hartsi wa Khilqah Al-Abkar*," Jurnal Al-Ibanah 6, no. 1 (Januari–Juni 2021), hlm. 2–3; Muhammad Syaiful Bahri Hidayat dkk., "*Pornographic Languages in the Book of Fath al-Izar (A Semiotic and Sexological Approach)*," Al-Fathin: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab 8, no. 1 (Januari–Juni 2025), hlm. 111.

[7] Hidayat dkk., "*Pornographic Languages in the Book of Fath al-Izar*," hlm. 113, 115; Najihah, "*Seksualitas Perempuan dalam Kitab Fathu Al-Izar*," hlm. 9–10.

adalah ungkapan yang halus atau sopan yang dipakai untuk menggantikan ungkapan yang dirasa menyinggung perasaan, menghina, atau menimbulkan kesan tidak menyenangkan.[8] Fahria mencatat bahwa bentuk-bentuk tabu dalam masyarakat modern paling banyak berkaitan dengan penyebutan jenis kelamin dan aktivitas seksual,[9] sehingga topik hubungan suami istri termasuk wilayah yang paling sering memerlukan penghalusan bahasa.

Dalam dunia dakwah, penggunaan eufemisme mendapat perhatian tersendiri. Penelitian terhadap para pendakwah di Negeri Sembilan, Malaysia, menyimpulkan bahwa eufemisme dalam dakwah dapat menghindarkan pendakwah dari prasangka buruk pendengar, memberi ketenangan jiwa bagi penuturnya, dan meneladani cara dakwah Rasulullah saw. yang santun.[10] Penelitian yang sama juga menemukan bahwa topik seperti bagian tubuh dan hubungan suami istri diucapkan para pendakwah dengan kata-kata yang lebih halus.[11]

Cara berbahasa yang halus ini sebenarnya sejalan dengan gaya bahasa Al-Qur'an. Al-Qur'an menyebut hubungan suami istri dengan kata *basyiruhunna* (QS. Al-Baqarah: 187) dan *lamastum an-nisa'* (QS. An-Nisa': 43), yaitu kinayah atau ungkapan tidak langsung yang sopan dan tidak vulgar.[12] Kajian tentang kinayah juga menyimpulkan bahwa Al-Qur'an sangat memperhatikan etika komunikasi dan kesopanan dalam menyampaikan pesan.[13]

Gejala yang sama tampak pada akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Dalam kajiannya, Teh Iim membacakan teks Arab Kitab Fathul

---

[8] Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1984), hlm. 132, dikutip dalam Dina Ayesha Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme dalam Novel Burung-Burung Manyar karya Yusuf Bilyarta Mangunwijaya*," Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya 12, no. 2 (Oktober 2022), hlm. 361.

[9] Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 362–363.

[10] Khazri Osman, Mohamad Yazid Abdul Majid, Melor Fauzita Md Yusoff, Mohammad Fadzeli Jaafar, dan Sharifah Nuraina Nabila Syed Sharifuddin, "*Eufemisme oleh Pendakwah dalam Dialek Negeri Sembilan*," Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies 33, no. 6 (November 2024), hlm. 28.

[11] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 22–23.

[12] Abd Rohman dan Muhammad Nuruddien, "*Analisis Kinayah dalam Al-Qur'an Ilmu Bayan*," Maliki Interdisciplinary Journal 3, no. 9 (2025), hlm. 285–286.

[13] Rohman dan Nuruddien, "*Analisis Kinayah*," hlm. 290.

Izar lalu menerjemahkannya dengan ungkapan seperti “bercampur gaul”, “mengumpuli istri”, “menggauli”, “berhubungan intim”, dan “bercinta”.[14] Pola ini menarik diteliti karena muncul pada tujuh video yang dikaji dan dilakukan di akun dengan 463,4 ribu pengikut.[15]

Penghalusan bahasa bukan hanya soal kesopanan, tetapi juga bagian dari cara seorang pendakwah membujuk dan meyakinkan pendengarnya. Cara membujuk ini oleh Aristoteles dibagi menjadi tiga, yaitu *ethos* (kepercayaan pendengar kepada pembicara), *pathos* (perasaan pendengar), dan *logos* (alasan atau argumen dalam isi pesan).[16] Teori ini sudah banyak dipakai untuk membedah ceramah para pendakwah, misalnya ceramah Ustadz Hanan Attaki di YouTube.[17] Pemilihan kata sendiri ikut menentukan apakah pesan dakwah diterima dengan baik atau justru menimbulkan salah paham, terlebih pada materi yang sensitif.[18]

Meski begitu, penghalusan bahasa di media sosial punya tantangan. Pertama, kajian yang dulu terbatas untuk santri dewasa kini dapat diakses pengguna lintas usia, termasuk anak di bawah umur, sehingga pilihan kata menjadi sangat penting.[19] Kedua, tema yang dianggap tabu mudah memicu pro-kontra yang dapat menimbulkan kesalahpahaman terhadap ajaran Islam.[20] Ketiga, ungkapan yang terlalu berputar-putar bisa membuat pesan sulit

---

[14] Al Asran teh Iim (@teh_iim0), Akun TikTok, Data Video ke 1, Data Video ke 2, Data Video ke 3, Data Video ke 5, Data Video ke 6, Data Video ke 7 per 7 Juli 2026.

[15] Akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0), data profil per 6 Juli 2026, https://www.tiktok.com/@teh_iim0.

[16] Richard West dan Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, edisi ke-3 (New York: McGraw-Hill, 2010), hlm. 326–327.

[17] Marchelina Melva Anggelin Fauziah dan Hilma Maulida Syifa, "*Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube 'Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?': Kajian Retorika Aristoteles,"* Da'watuna: *Journal of Communication and Islamic Broadcasting 4*, no. 5 (2024): h. 1898–1902.

[18] Andhika Try Alvino, "*Retorika Dakwah KH. Syukron Djazilan pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya*," Jurnal Ilmu Dakwah 41, no. 1 (2021): h. 76–80.

[19] Arromu Harmuzi, dikutip dalam "*Membangun Kesadaran Bersama: Dari Problematika Penyimpangan di Pesantren hingga Diskursus Ilmu al-Qur'an,*" LPPM STIQSI, 3 September 2025, diakses 4 Juli 2026, https://lppm.stiqsi.ac.id/membangun-kesadaran-bersama-dari-problematika-penyimpangan-pesantren-hingga-diskursus-ilmu-al-quran/.

[20] "*Antara Sentuhan dan Kontroversi: Hal Dakwah di Media Sosial,*" e-Dakwah UMY, 31 Mei 2025, diakses 4 Juli 2026, https://edakwah.umy.ac.id/ariana/2025/05/31/antara-sentuhan-dan-kontroversi-hal-dakwah-di-media-sosial/.

dipahami karena tidak semua orang menangkap maksud penuturnya.[21] Keempat, durasi video TikTok yang pendek berisiko membuat pesan tersampaikan sebagian saja.[22]

Penelitian tentang Kitab Fathul Izar sejauh ini membahas seksualitas perempuan, bahasa pornografis dalam kitab, dan teori psikoseksual,[23] sedangkan kajian akademik tentang dakwah bertema fikih munakahat di TikTok masih terbatas.[24] Berdasarkan penelusuran penulis, pembahasan tentang bagaimana seorang pendakwah memakai eufemisme saat mengkaji kitab ini di TikTok, serta bagaimana eufemisme itu dianalisis dengan *ethos*, *pathos*, dan *logos*, belum ditemukan. Inilah celah penelitian yang hendak diisi.

Atas dasar itu, akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0) dipilih sebagai objek penelitian karena secara konsisten mengangkat kajian Kitab Fathul Izar dengan bahasa yang halus. Eufemisme dipandang penting dalam komunikasi untuk menghindari ungkapan yang tidak menyenangkan bagi orang lain.[25] Karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Eufemisme Dakwah Teh Iim dalam Kajian Kitab Fathul Izar di Akun TikTok Al Asran Teh Iim (@teh_iim0)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana eufemisme dakwah yang dilakukan Teh Iim pada kajian Kitab Fathul Izar di akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0)?

---

[21] Jumat Barus, "*Types of Euphemism in Anies Baswedan's Speech*," ITQAN: Jurnal Ilmu-ilmu Kependidikan 13, no. 2 (2022), hlm. 279–280.

[22] Zulfikar dan Fauzan, "*Visualisasi Naratif dalam Dakwah Islam di TikTok*," h. 74–76.

[23] Najihah, "*Seksualitas Perempuan dalam Kitab Fathu Al-Izar*," hlm. 6–7; Hidayat dkk., "*Pornographic Languages in the Book of Fath al-Izar*," hlm. 111; Maulana Tanendra, "*Relevansi Adab dan Pola Hubungan Seksual Suami Istri dalam Kitab Fathul Izar dengan Teori Psikoseksual*," Prosiding Risalah Akhir Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah Al-Ali UIN Malang (risalah diuji 7 Juni 2021), hlm. 184.

[24] Khusnul Khotimah, "*Analisis Isi Pesan Dakwah di Akun TikTok @risyad_bay*" (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2023), h. 6–8, dikutip dalam Al-Hikmah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi 6, no. 2 (2024).

[25] Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 279.

2. Bagaimana analisis eufemisme dakwah Teh Iim pada kajian Kitab Fathul Izar di akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0) dengan menggunakan teori *ethos*, *pathos*, dan *logos* Aristoteles?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui dan menjelaskan eufemisme dakwah yang dilakukan Teh Iim pada kajian Kitab Fathul Izar di akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0).
2. Menganalisis eufemisme dakwah Teh Iim pada kajian Kitab Fathul Izar di akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0) dengan teori *ethos*, *pathos*, dan *logos* Aristoteles.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

   Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian eufemisme, yang selama ini banyak diteliti pada novel dan pidato, dengan menghadirkan eufemisme dalam konteks dakwah digital.[26]

   Penelitian ini juga diharapkan menambah contoh penerapan teori retorika Aristoteles (*ethos*, *pathos*, *logos*) untuk membedah cara pendakwah mengemas pesan yang sensitif pada video pendek di TikTok.[27]

2. Manfaat Praktis

   Bagi penulis, penelitian ini merupakan tugas akhir untuk menyelesaikan studi di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

   Bagi pengelola akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0) dan pendakwah lain, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam memilih kata ketika mengkaji materi kitab yang sensitif, agar tetap santun tetapi pesannya tidak kabur.[28]

---

[26] Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 359; Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 277.
[27] West dan Turner, *Introducing Communication Theory*, hlm. 326–327.
[28] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 28.

Bagi masyarakat pengguna media sosial, penelitian ini diharapkan menambah pemahaman bahwa ungkapan halus dalam dakwah adalah cara menjaga kesantunan, sekaligus membantu mereka menilai secara kritis isi pesan dakwah yang diterima.[29]

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi pijakan awal untuk meneliti eufemisme dakwah pada kitab lain, pendakwah lain, atau platform lain.[30]

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

Ada beberapa *literatur review* yang menjadi sarana pendukung bagi penulis untuk mencari acuan dalam menyelesaikan penelitian ini. Acuan tersebut kemudian disusun menjadi beberapa bagian. Antaranya model komunikasi, Eufemisme, dan gaya retorika.

a. Model Komunikasi

1) Pengertian Model Komunikasi

Sebelum membahas model komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini, perlu dipahami terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan "model" dalam ilmu komunikasi. Secara sederhana, model komunikasi dapat diartikan sebagai gambaran atau bagan yang menjelaskan bagaimana suatu proses komunikasi terjadi, mulai dari siapa yang berbicara sampai dengan efek apa yang ditimbulkan. Model bukanlah komunikasi itu sendiri, melainkan representasi sederhana yang membantu seseorang memahami unsur-unsur penting dalam komunikasi tanpa harus melihat seluruh detail yang rumit di dunia nyata.[31]

---

[29] Zulfirman Manik, dkk., "*Distorsi atau Dakwah? Kajian Pemanfaatan Hadis dalam Konten Keislaman di TikTok,*" diakses melalui ResearchGate, https://www.researchgate.net/publication/403237053.

[30] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 28.

[31] Sereno dan Mortensen, dikutip dalam Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: *Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 131.

Dengan kata lain, model komunikasi ibarat peta jalan: ia tidak menggambarkan setiap batu dan pohon di sepanjang jalan, tetapi cukup menunjukkan arah dan titik-titik penting yang perlu dilalui. Dalam ilmu komunikasi terdapat banyak model, mulai dari yang paling sederhana seperti model satu arah (linear), sampai model yang lebih kompleks yang menggambarkan komunikasi dua arah dengan umpan balik. Salah satu model paling klasik dan paling banyak dipakai untuk menganalisis pesan, termasuk pesan dakwah, adalah model yang dikembangkan oleh Harold D. Lasswell.[32]

2) Model Komunikasi Lasswell

Harold D. Lasswell, seorang ahli komunikasi asal Amerika Serikat, memperkenalkan model komunikasinya pada tahun 1948. Ia menyatakan bahwa cara paling mudah untuk menjelaskan proses komunikasi adalah dengan menjawab lima pertanyaan sekaligus, yaitu: Who (siapa yang menyampaikan), Says What (menyampaikan pesan apa), In Which Channel (melalui saluran/media apa), To Whom (kepada siapa pesan itu ditujukan), dan With What Effect (dengan efek atau dampak apa).

Karena tersusun dari lima unsur pertanyaan itulah, rumus ini oleh sebagian penulis buku populer diringkas dengan sebutan “5W”, meski jika dicermati sebenarnya hanya kata “who” yang benar-benar berupa kata tanya “w”, sedangkan empat unsur lainnya adalah penjabaran dari pertanyaan itu sendiri. Istilah “5W+1H” sendiri lebih populer digunakan dalam kaidah penulisan berita jurnalistik (what, who, when, where, why, how), sehingga penyebutan itu untuk formula Lasswell sesungguhnya adalah penyederhanaan populer, bukan istilah baku dari Lasswell sendiri.[33]

---

[32]Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: *Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 147–148.

[33]Harold D. Lasswell, "*The Structure and Function of Communication in Society*" (1948), sebagaimana dikutip dalam Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: *Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 147–148.

Agar lebih mudah dipahami, kelima unsur Lasswell tersebut dapat dijelaskan secara sederhana sebagai berikut. Pertama, who atau komunikator, yaitu pihak yang menyampaikan pesan, dapat berupa individu, kelompok, atau lembaga; dalam konteks penelitian ini, komunikatornya adalah pengelola akun TikTok yang menyampaikan kajian. Kedua, says what atau pesan, yakni isi atau materi yang disampaikan, baik berupa lisan, tulisan, gambar, maupun kombinasi ketiganya.

Ketiga, in which channel atau media/saluran, yaitu sarana yang dipakai untuk menyalurkan pesan, dalam hal ini aplikasi TikTok. Keempat, to whom atau komunikan, yakni pihak yang menjadi sasaran atau penerima pesan, misalnya pengikut (followers) dan penonton video. Kelima, with what effect atau efek, yaitu dampak atau perubahan yang timbul pada diri penerima pesan setelah menerima pesan tersebut, baik berupa perubahan pengetahuan, sikap, maupun perilaku.[34]

b. *Eufemisme*

1) Pengertian Eufemisme

Eufemisme adalah gaya bahasa yang menggantikan kata atau ungkapan yang kasar, tabu, atau menyinggung dengan ungkapan yang lebih halus dan sopan, tanpa mengubah maksud yang ingin disampaikan.[35] Para ahli memberi rumusan yang berdekatan. Chaer menyebut eufemisme sebagai usaha "menghaluskan" ungkapan, Kridalaksana menyebutnya sebagai penggunaan kata atau bentuk lain untuk menghindari larangan atau tabu, dan Allan dan Burridge

---

[34]Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, cet. XIX (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h. 254–255.

[35] Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1984), hlm. 132, dikutip dalam Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 361.

memandangnya sebagai ungkapan yang dipilih penutur agar tidak terlalu menyinggung dibandingkan ungkapan asalnya.[36]

Di dalam dakwah, eufemisme berarti pemakaian ungkapan halus oleh pendakwah untuk menyampaikan materi yang sensitif tanpa mengurangi isi ajaran. Landasannya adalah perintah berkata baik (*qawl ma'ruf*) dan berdakwah dengan hikmah.[37]

2) Eufemisme Dakwah

Eufemisme dakwah adalah pemakaian ungkapan yang halus dan santun oleh pendakwah untuk menyampaikan materi dakwah yang sensitif, tanpa mengurangi isi ajaran yang disampaikan. Pengertian ini disusun dari penelitian tentang eufemisme oleh pendakwah, yang menyimpulkan bahwa pendakwah hendaknya menerapkan eufemisme dan menjauhi bahasa tabu karena dakwah yang baik bukan hanya berisi pesan yang benar, tetapi juga disampaikan dengan bahasa yang disenangi sasaran dakwah.[38]

Bahasa memang menjadi ukuran penting bagi seorang pendakwah. Kredibilitas pendakwah dapat dinilai dari cara penyampaian dan bahasa yang digunakan, dan penerimaan dakwah sangat bergantung pada bahasa itu. Karena itu, kemampuan berbahasa merupakan kompetensi yang sangat diperlukan pendakwah.[39]

c. Retorika Aristoteles

Model retorika paling klasik dan paling berpengaruh hingga kini adalah model yang dikembangkan oleh filsuf Yunani, Aristoteles, sehingga model ini sering pula disebut sebagai model komunikasi retoris (rhetorical model). Aristoteles adalah orang pertama yang menyusun

---

[36] A. Chaer, *Linguistik Umum* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 314–315; Kridalaksana (2008), hlm. 59, dikutip dalam Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 360, 362; Keith Allan dan Kate Burridge (1991), dikutip dalam Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 279.

[37] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 19.

[38] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 16, 28.

[39] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 18.

secara sistematis unsur-unsur yang membuat sebuah pembicaraan menjadi persuasif, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*.[40]

Ketiga unsur ini bekerja secara bersamaan dalam sebuah pidato atau ceramah untuk membangun kredibilitas pembicara, menyentuh perasaan pendengar, sekaligus menghadirkan argumen yang masuk akal, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diyakini kebenarannya.[41]Agar lebih mudah dipahami, ketiga unsur tersebut dapat dijelaskan secara sederhana sebagai berikut. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas atau kepercayaan yang dimiliki seorang pembicara di mata pendengarnya; semakin pembicara dianggap jujur, berilmu, dan berakhlak baik, semakin besar pula kepercayaan pendengar terhadap apa yang disampaikannya. *Pathos* berkaitan dengan daya tarik emosional, yaitu kemampuan pembicara membangkitkan perasaan pendengar, seperti rasa haru, semangat, atau keprihatinan, sehingga pesan lebih membekas di hati. *Logos* berkaitan dengan kekuatan argumen yang bersifat rasional dan logis, misalnya dengan menghadirkan dalil, data, contoh, maupun sebab-akibat yang masuk akal, sehingga pendengar diyakinkan lewat jalan pikiran, bukan sekadar emosi semata.[42]

Ketiga unsur ini juga banyak digunakan untuk menganalisis gaya bicara para pendakwah di media sosial, termasuk dalam melihat bagaimana seorang pengkaji kitab membangun kepercayaan, membangkitkan emosi, dan menyusun argumen ketika menyampaikan materi yang tergolong sensitif kepada audiensnya.[43]

---

[40]Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi: *Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 131.

[41]Marchelina Melva Anggelin Fauziah dan Hilma Maulida Syifa, "*Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube 'Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?': Kajian Retorika Aristoteles,*" Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting 4, no. 5 (2024): h. 1898–1902.

[42]Andhika Try Alvino, "*Retorika Dakwah KH. Syukron Djazilan pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya,*" Jurnal Ilmu Dakwah 41, no. 1 (2021): h. 76–80.

[43]Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti, "*Kajian Retorika untuk Pengembangan Pengetahuan dan Keterampilan Berpidato*," Jurnal Ilmu Komunikasi 12, no. 1 (2019): h. 72–78.

2. Penelitian yang Relevan

Eufemisme telah diteliti pada novel, pidato, dan ceramah, sedangkan Kitab Fathul Izar telah dikaji dari sisi seksualitas dan bahasanya.[44] Berikut penelitian yang menjadi acuan sekaligus pembanding bagi penelitian ini.

a. Dina Ayesha Fahria (2022)

Jurnal berjudul "Eufemisme dan Disfemisme dalam Novel Burung-Burung Manyar karya Yusuf Bilyarta Mangunwijaya" ini meneliti bentuk dan fungsi eufemisme dalam novel. Fungsi eufemisme yang ditemukan adalah menghaluskan ucapan, merahasiakan sesuatu, berdiplomasi, pendidikan, dan penolak bahaya.[45] Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada pembahasan eufemisme dan fungsinya. Perbedaannya, objek penelitian tersebut adalah novel, bukan dakwah di TikTok, dan tidak memakai teori *ethos*, *pathos*, dan *logos*.

b. Jumat Barus (2022)

Jurnal berjudul "Types of Euphemism in Anies Baswedan's Speech" ini meneliti jenis eufemisme dalam pidato dengan kerangka Allan dan Burridge, memakai pendekatan kualitatif dan analisis isi. Jenis yang ditemukan adalah metafora, substitusi satu-untuk-satu, sirkumlokusi, dan ungkapan kiasan.[46] Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis jenis eufemisme dengan analisis isi kualitatif. Perbedaannya, objek tersebut adalah pidato politik, bukan kajian kitab dalam dakwah digital.

c. Muhammad Kanzul Fikri Fuadi (2023)

Skripsi berjudul "Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten LGBT pada Akun TikTok @basyasman00" ini meneliti gaya bahasa, gaya suara, dan gerak tubuh pendakwah dalam video TikTok

---

[44] Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 359; Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 277.
[45] Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 364.
[46] Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 277.

dengan metode deskriptif kualitatif.[47] Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada objek media (TikTok) dan pembahasan retorika dakwah. Perbedaannya, penelitian tersebut tidak membahas eufemisme dan tema kontennya bukan kajian kitab klasik.

d. Marchelina Melva Anggelin Fauziah dan Hilma Maulida Syifa (2024)

Jurnal berjudul "Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube 'Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?': Kajian Retorika Aristoteles" ini menganalisis *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam ceramah di YouTube.[48] Persamaannya dengan penelitian ini adalah pemakaian teori retorika Aristoteles. Perbedaannya, penelitian tersebut memakai platform YouTube, objeknya ceramah umum, dan tidak membahas eufemisme.

e. Khazri Osman dkk. (2024)

Jurnal berjudul "Eufemisme oleh Pendakwah dalam Dialek Negeri Sembilan" ini meneliti eufemisme yang dipakai pendakwah dengan studi kasus kualitatif. Data diperoleh dari pengamatan ceramah di masjid atau surau dan wawancara dengan pendakwah.[49] Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas eufemisme oleh pendakwah. Perbedaannya, penelitian tersebut mengkaji dialek Negeri Sembilan pada ceramah langsung, bukan kajian kitab di TikTok, dan tidak memakai teori *ethos*, *pathos*, dan *logos*.

f. Abd Rohman dan Muhammad Nuruddien (2025)

Jurnal berjudul "Analisis Kinayah dalam Al-Qur'an Ilmu Bayan" ini mengkaji kinayah sebagai gaya bahasa Al-Qur'an, termasuk ungkapan

---

[47] Muhammad Kanzul Fikri Fuadi, "*Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten LGBT pada Akun TikTok @basyasman00"* (Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023), h. 5–8.

[48] Marchelina Melva Anggelin Fauziah dan Hilma Maulida Syifa, "*Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube 'Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?': Kajian Retorika Aristoteles,*" Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting 4, no. 5 (2024): h. 1896–1898.

[49] Khazri Osman dkk., "*Eufemisme oleh Pendakwah*," hlm. 16, 19–20.

halus untuk hubungan suami istri seperti *lamastum an-nisa'*.[50] Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada ungkapan tidak langsung untuk topik yang sensitif. Perbedaannya, penelitian tersebut adalah kajian balaghah dan tafsir, bukan analisis komunikasi dakwah di media sosial.

Dari penelitian-penelitian tersebut, terlihat bahwa eufemisme biasanya diteliti pada novel, berita, pidato, dan ceramah langsung, sedangkan kajian Kitab Fathul Izar lebih sering menyoroti isi kitab. Penelitian ini mengisi celah di antara keduanya, yaitu eufemisme dakwah pada kajian kitab di TikTok yang dianalisis dengan *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Karena makna ungkapan halus sangat bergantung pada konteks, kajian pada objek yang spesifik seperti ini menjadi penting.[51]

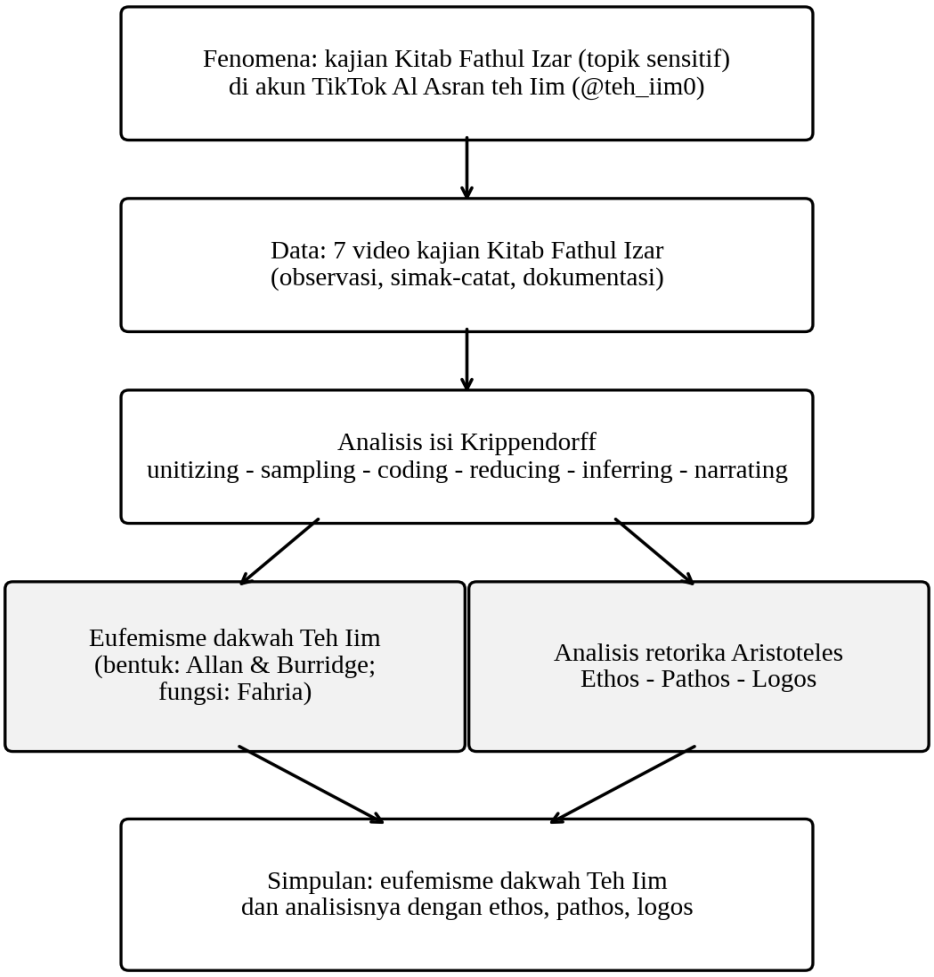
F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan alur pemikiran yang dipakai peneliti untuk menjelaskan arah penelitian. Penelitian ini berangkat dari fenomena kajian Kitab Fathul Izar yang bermuatan sensitif di akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Data berupa tujuh video dikumpulkan lalu dianalisis dengan analisis isi Krippendorff yang terdiri atas enam tahap.[52]

Hasil analisis kemudian dipusatkan pada dua hal. Pertama, bentuk dan fungsi eufemisme dakwah yang dipakai Teh Iim, dengan acuan jenis eufemisme menurut Allan dan Burridge dan fungsi eufemisme menurut Fahria.[53] Kedua, analisis eufemisme tersebut dengan *ethos*, *pathos*, dan *logos* Aristoteles.[54] Alur berpikir ini digambarkan pada bagan berikut.

---

[50] Rohman dan Nuruddien, "*Analisis Kinayah*," hlm. 276–277.
[51] Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 361.
[52] Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, edisi ke-2 (Thousand Oaks: Sage, 2004), hlm. 83–86.
[53] Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 280; Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 364.
[54] West dan Turner, *Introducing Communication Theory*, hlm. 326–327.



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Berpikir Penelitian

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang berusaha memahami secara menyeluruh apa yang dialami subjek penelitian dan menjelaskannya dengan kata-kata pada konteks yang alamiah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini ingin memahami

secara mendalam cara Teh Iim memakai eufemisme, bukan menghitung atau mengukurnya.[55]

Secara khusus, penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) yang dipadukan dengan analisis dokumen digital. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan lewat penelusuran literatur dan dokumen.[56] Dalam penelitian ini, "perpustakaan" mencakup platform TikTok sebagai sumber data primer, serta buku, jurnal, dan skripsi sebagai sumber data sekunder.[57]

Metode utama yang dipakai adalah analisis isi (*content analysis*), yaitu teknik untuk membuat kesimpulan yang dapat diuji ulang dan sahih dari teks atau materi bermakna lain sesuai konteks pemakaiannya.[58] Analisis isi dalam penelitian ini bersifat kualitatif, sehingga menekankan makna, bukan sekadar menghitung kemunculan kata.[59]

2. Sumber Data
   a. Sumber Data Primer

      Sumber data primer dalam penelitian ini adalah konten video kajian Kitab Fathul Izar yang diunggah oleh akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0), karena akun tersebut tidak hanya membahas tentang kitab Fathul Izar namun ada kitab yang lain yang masih membahas tentang bab pernikahan dan seksualitas. Dalam pengambilan data primer ini peneliti akan di ambil sampel 7 video yang membahas kitab Fathul Izar dari video yang diunggah oleh akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0).

      Pemilihan video akan dipilih dari unggahan Video yang membahas kajian Kitab Fathul Izar dan sistematis mengkaji Kitab Fathul Izar dari

---

[55] Eriyanto, Analisis Isi*: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 15.

[56] Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), hlm. 3.

[57] Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), hlm. 3.

[58] Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 3rd ed. (Thousand Oaks: Sage, 2013), hlm. 24.

[59] Eriyanto, Analisis Isi*: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 15.

hasil pengamatan/observasi nonton berulang, catat ekspresi, intonasi, editing, caption untuk mengetahui eufemisme dakwah dan eufemisme gaya retorika yang disampaikan akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0) dalam kajian Kitab Fathul Izar di media sosial, sehingga dapat memberikan gambaran yang utuh tentang isi dan pendekatan kajian tersebut.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder penelitian ini meliputi buku, jurnal, kitab, skripsi, artikel, dan dokumen lain yang sesuai dengan pembahasan, terutama kajian tentang eufemisme, kinayah, retorika Aristoteles, dan Kitab Fathul Izar.[60]

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengamati langsung objek yang diteliti. Observasi tidak selalu berkomunikasi dengan orang, tetapi juga dengan objek lain.[61] Penelitian ini memakai observasi non-partisipan, yaitu mengamati seluruh aspek video, termasuk bahasa lisan dan tulisan.[62]

b. Simak-Catat

Simak-catat adalah teknik yang banyak dipakai dalam penelitian bahasa, yaitu menyimak penggunaan bahasa lisan atau tulisan, lalu mencatat data yang relevan.[63] Dalam penelitian ini, peneliti menyimak ungkapan Teh Iim dan mencatat kata atau frasa yang berfungsi sebagai eufemisme.[64]

---

[60] Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004), hlm. 3.

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 145.

[62] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 145.

[63] Mahsun, *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 92.

[64] Mahsun, *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 92.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data berupa catatan, transkrip, dan dokumen lain yang berkaitan dengan masalah penelitian.[65] Dalam penelitian ini, setiap video diunduh, ditranskrip, lalu dikodekan sesuai kategori yang telah ditetapkan.[66]

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis isi model Klaus Krippendorff. Model ini memiliki enam tahap yang saling terkait, yaitu *unitizing* (pengunitan), *sampling* (penarikan sampel), *recording/coding* (pengodean), *reducing* (reduksi data), *inferring* (penarikan simpulan), dan *narrating* (penarasian).[67]

a. *Unitizing* (Pengunitan)

Unitizing adalah memilah data menjadi bagian-bagian yang relevan. Dalam penelitian ini, setiap video dipilah menjadi kata, frasa, atau kalimat yang memuat eufemisme.[68]

b. *Sampling* (Penarikan Sampel)

Sampling adalah memilih sebagian data yang mewakili keseluruhan. Dalam penelitian ini, yang dipilih adalah tujuh video yang secara khusus membahas Kitab Fathul Izar, bukan seluruh video di akun tersebut.[69]

c. *Recording/coding* (Pencatatan/pengodean)

Recording/coding adalah mencatat dan mengelompokkan data ke dalam kategori. Dalam penelitian ini, setiap ungkapan dikelompokkan menurut bentuk eufemisme (substitusi satu-untuk-satu, sirkumlokusi, metafora, dan ungkapan kiasan) dan fungsinya (menghaluskan ucapan,

---

[65] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hlm. 240.
[66] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, hlm. 240.
[67] Krippendorff, *Content Analysis*, edisi ke-2, hlm. 83–86.
[68] Krippendorff, *Content Analysis*, edisi ke-2, hlm. 83–86.
[69] Krippendorff, *Content Analysis*, edisi ke-2, hlm. 83–86.

merahasiakan, berdiplomasi, pendidikan, dan penolak bahaya), lalu ditandai unsur *ethos*, *pathos*, atau *logos*-nya.[70]

d. *Reducing* (Reduksi Data)

Reducing adalah menyaring data agar lebih ringkas tanpa mengurangi makna inti. Dalam penelitian ini, dipilih cuplikan yang paling mewakili setiap kategori.[71]

e. *Inferring* (Penarikan Kesimpulan)

Inferring adalah menarik makna di balik data. Dalam penelitian ini, tahap ini dipakai untuk memahami mengapa Teh Iim memilih ungkapan halus tertentu, dengan memperhatikan konteks penyampaian.[72]

f. *Narrating* (Penarasian)

Narrating adalah menuliskan hasil analisis dalam bentuk narasi yang runtut. Dalam penelitian ini, temuan disajikan pada Bab III dan Bab IV sebagai jawaban atas dua rumusan masalah.[73]

H. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembahasan, penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan: Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berpikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori: Berisi teori eufemisme (pengertian, pendapat para ahli, karakteristik, bentuk dan fungsi), eufemisme dakwah, kesinambungan eufemisme dakwah pada kajian Kitab Fathul Izar, retorika Aristoteles, pesan dakwah, TikTok sebagai media dakwah, dan Kitab Fathul Izar.

---

[70] Barus, "*Types of Euphemism*," hlm. 280–285; Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 364.

[71] Krippendorff, *Content Analysis*, edisi ke-2, hlm. 83–86.

[72] Fahria, "*Eufemisme dan Disfemisme*," hlm. 361.

[73] Krippendorff, *Content Analysis*, edisi ke-2, hlm. 83–86.

BAB III Gambaran Umum dan Eufemisme Dakwah Teh Iim: Berisi profil akun TikTok Al Asran teh Iim (@teh_iim0), konten kajian Kitab Fathul Izar, dan temuan tentang bagaimana Teh Iim melakukan eufemisme dakwah.

BAB IV Analisis Eufemisme Dakwah Teh Iim: Berisi analisis eufemisme dakwah Teh Iim dengan teori *ethos*, *pathos*, dan *logos* Aristoteles.

BAB V Penutup: Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran, berisi ulasan akhir penelitian bukti hasil penelitian secara singkat. Selain itu, berisi saran untuk memperbaiki dan mengembangkan dalam penulisan berikutnya.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Eufemisme dakwah yang dilakukan Teh Iim. Teh Iim menyampaikan kajian Kitab Fathul Izar dengan ungkapan halus untuk hubungan suami istri, seperti “bercampur gaul”, “berhubungan intim”, “bercinta”, “menggauli”, “mengumpuli istri”, dan “berjima’”. Bentuk yang paling dominan adalah substitusi satu-untuk-satu, disertai sirkumlokusi dan ungkapan kiasan. Fungsinya adalah menghaluskan ucapan, mendidik adab, menjaga perasaan penonton, dan mengiringi peringatan dengan doa. Penghalusan dipakai pada bagian yang sensitif dan tidak dipakai pada pembahasan pernikahan secara umum. Eufemisme ini ditemani bacaan Arab yang diterjemahkan, sandaran pada pendapat ulama, dan nada bicara yang santun dan akrab.
2. Analisis dengan *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Pada *ethos*, eufemisme menunjukkan kecerdasan (menyesuaikan kata dengan konteks dan menerjemahkan teks Arab), karakter (menjaga lisan dan kesantunan), dan niat baik (melindungi penonton lintas usia). Pada *pathos*, eufemisme meredakan rasa canggung, membangun kedekatan, serta menyeimbangkan rasa takut dan harapan. Pada *logos*, eufemisme berjalan bersama pola sebab akibat, sandaran ulama, dan urutan contoh, dengan catatan bahwa penghalusan perlu disertai penjelasan agar tidak kabur dan sumber rujukan perlu disebut lebih jelas.
3. Kesinambungan**.** Praktik eufemisme Teh Iim sejalan dengan cara Al-Qur’an menyebut hubungan suami istri melalui kinayah, dengan perumpamaan yang juga dipakai Kitab Fathul Izar, dan berulang konsisten dari video ke video di akun TikTok yang diteliti.

B. Saran

1. Bagi Teh Iim dan pendakwah lain. Tetaplah memakai ungkapan halus pada topik sensitif, tetapi sertakan penjelasan singkat agar maksud tidak kabur. Sebutkan nama kitab, ulama, atau dalil secara jelas, minimal pada keterangan video, agar kredibilitas dan kejelasan argumen semakin kuat.
2. Bagi penonton. Pahami ungkapan halus sebagai bentuk kesantunan, dan telusuri sumber pendapat yang disampaikan, terutama klaim tentang hubungan waktu dan sifat anak, dengan bertanya kepada guru atau membaca kitab aslinya.
3. Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini hanya meneliti tujuh video pada satu akun. Penelitian lanjutan dapat menambah jumlah video, membandingkan dengan pendakwah lain, meneliti respons penonton lewat kolom komentar, atau memakai teori lain seperti kesantunan berbahasa.
4. Bagi lembaga pendidikan. Kajian eufemisme dakwah perlu dikenalkan dalam mata kuliah komunikasi dan penyiaran Islam sebagai bekal calon pendakwah menyampaikan materi sensitif dengan santun.

DAFTAR PUSTAKA

Seluruh sumber di bawah ini dikutip pada catatan kaki. Tulisan Keraf, Chaer, Kridalaksana, Subroto, Allan dan Burridge, serta Asmah Omar dikutip secara tidak langsung melalui artikel Fahria, Barus, dan Khazri Osman dkk.

Buku

Allen, Mike, ed. *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2017.

Aristotle. *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. Diterjemahkan oleh George A. Kennedy. Edisi ke-2. New York: Oxford University Press, 2007.

Aristotle. *Rhetorica*. Diterjemahkan oleh W. Rhys Roberts. Vol. 11 dari *The Works of Aristotle Translated into English*, disunting oleh W. D. Ross. Oxford: Clarendon Press, 1924.

Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.

Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2011.

Fauzi, Abdullah. *Fathul Izar Fi Kasyf al-Asrar li Awqat al-Harts wa Khilqat al-Akbar*. Diterjemahkan oleh Firman Arifandi dengan judul *Wejangan Pengantin Anyar*. Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2020.

Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.

Ilyas, Yunahar. *Kuliah Akhlaq*. Cet. XI. Yogyakarta: LPPI, 2011.

Ismail, Ilyas, dan Prio Hotman. *Filsafat Dakwah: Rekayasa Membangun Agama dan Peradaban Islam*. Jakarta: Kencana, 2011.

Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Edisi ke-3. Thousand Oaks: Sage, 2013.

Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Edisi ke-2. Thousand Oaks: Sage, 2004.

Lister, Martin, dkk. *New Media: A Critical Introduction*. Edisi ke-2. London: Routledge, 2009.

Mahsun. *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2012.

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Buku 1. Edisi ke-6. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2012.

Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015.

Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis Berbicara di Depan Publik*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2021.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Suhandang, Kustadi. *Ilmu Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.

Syukir, Asmuni. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1983.

West, Richard, dan Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Edisi ke-3. New York: McGraw-Hill, 2010.

Zed, Mestika. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.

Jurnal

Abdullah, dan M. Mahmuddin. "TikTok sebagai Media Dakwah." *Jurnal Dakwah Tabligh* 24, no. 1 (2023): 311–328.

Alvino, Andhika Try. "Retorika Dakwah KH. Syukron Djazilan pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021).

Barus, Jumat. "Types of Euphemism in Anies Baswedan's Speech." *ITQAN: Jurnal Ilmu-ilmu Kependidikan* 13, no. 2 (2022): 277–288.

Fahria, Dina Ayesha. "Eufemisme dan Disfemisme dalam Novel Burung-Burung Manyar karya Yusuf Bilyarta Mangunwijaya." *Jurnal Bahasa, Sastra dan Pembelajarannya* 12, no. 2 (Oktober 2022): 359–376.

Fauziah, Marchelina Melva Anggelin, dan Hilma Maulida Syifa. "Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube 'Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?': Kajian Retorika Aristoteles." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 5 (2024).

Habibi, Moch. "Bahasa dan Konsep Agama: Studi Alih Kode dalam Ceramah Agama K.H Jamaludin." *Buletin Al-Turas* 24, no. 2 (Juli 2018).

Hidayat, Muhammad Syaiful Bahri, dkk. "Pornographic Languages in the Book of Fath al-Izar (A Semiotic and Sexological Approach)." *Al-Fathin: Jurnal Bahasa dan Sastra Arab* 8, no. 1 (Januari–Juni 2025).

Hidayatullah, Ilham, Dadan Suherdiana, dan Tata Sukayat. "Gaya Retorika Dakwah Bang Aswan." *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 8, no. 1 (2023).

Horton, Donald, dan R. Richard Wohl. "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance." *Psychiatry* 19, no. 3 (1956): 215–229.

Iim, Ade, dan Lilis Satriah. "The Application of the Principles of Logos, Ethos, and Pathos in the Context of Da'wah." *Studi Multidisipliner* 12, no. 1 (2025). https://doi.org/10.24952/multidisipliner.v12i1.12222.

Kaharuddin. "Dakwah dalam Islam." *Al-Tajdid* 5 (2011).

Kaplan, Andreas M., dan Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68.

Kendju, M. Z., S. Nento, dan A. Soleman. "Analisis Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah (Studi pada Mahasiswa IAIN Manado)." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 124–142.

Klug, Daniel, Yiluo Qin, Morgan Evans, dan Geoff Kaufman. "Trick and Please: A Mixed-Method Study on User Assumptions About the TikTok Algorithm." Dalam *Proceedings of the 13th ACM Web Science Conference 2021*, 84–92. New York: ACM, 2021.

Manik, Zulfirman, dkk. "Distorsi atau Dakwah? Kajian Pemanfaatan Hadis dalam Konten Keislaman di TikTok." https://www.researchgate.net/publication/403237053.

Najihah, Bannan Naelin. "Seksualitas Perempuan dalam Kitab Fathu Al-Izar fi Kasyfi Al-Asrar Al-Awqat Al-Hartsi wa Khilqah Al-Abkar." *Jurnal Al-Ibanah* 6, no. 1 (Januari–Juni 2021).

Osman, Khazri, Mohamad Yazid Abdul Majid, Melor Fauzita Md Yusoff, Mohammad Fadzeli Jaafar, dan Sharifah Nuraina Nabila Syed Sharifuddin. "Eufemisme oleh Pendakwah dalam Dialek Negeri Sembilan." *Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies* 33, no. 6 (November 2024): 16–30.

Palupi, Rismaka, dkk. "Analisis Penggunaan Aplikasi TikTok sebagai Media Dakwah di Era Modern." *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies* 5, no. 1 (2021): 89–104.

Puspianto, Alim. “Strategi Dakwah Masyarakat Kota.” *Jurnal Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2021).

Rohman, Abd, dan Muhammad Nuruddien. “Analisis Kinayah dalam Al-Qur’an Ilmu Bayan.” *Maliki Interdisciplinary Journal* 3, no. 9 (2025): 276–291.

Rokhman, Saeful, dan Muslimah. “Retorika Da’wah Dr. Zakir Naik dalam Menda’wahkan Islam kepada Kaum Nashrani.” *Jurnal Da’wah* 4, no. 1 (2021): 1–18.

Tanendra, Maulana. “Relevansi Adab dan Pola Hubungan Seksual Suami Istri dalam Kitab Fathul Izar dengan Teori Psikoseksual.” *Prosiding Risalah Akhir Mahasantri Ma’had Al-Jami’ah Al-Ali UIN Malang* (risalah diuji 7 Juni 2021).

“TikTok sebagai Media Dakwah: Mempermudah atau Menggerus Peran Pendakwah Konvensional.” *Tashdiq: Jurnal Kajian Agama dan Dakwah* 14, no. 3 (2025): 71–80.

Zulfikar, H., dan M. Fauzan. “Visualisasi Naratif dalam Dakwah Islam di TikTok.” *Jurnal Komunikasi Islam Kreatif* 1, no. 2 (2023).

Skripsi

Afifah, Hilyah. “Penerapan Retorika Aristoteles Ustadz Hanan Attaki dalam Youtube Shift Media.” Skripsi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,

Fuadi, Muhammad Kanzul Fikri. “Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Konten LGBT pada Akun TikTok @basyasman00.” Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.

Khotimah, Khusnul. “Analisis Isi Pesan Dakwah di Akun TikTok @risyad_bay.” Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2023.

Nurdin, M. Rizali. "Analisis Isi Pesan Dakwah di Media Sosial TikTok pada Akun @religiislamindonesia." Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2023.

Artikel

"Antara Sentuhan dan Kontroversi: Hal Dakwah di Media Sosial." e-Dakwah UMY, 31 Mei 2025. Diakses 4 Juli 2026. https://edakwah.umy.ac.id/ariana/2025/05/31/antara-sentuhan-dan-kontroversi-hal-dakwah-di-media-sosial/.

Harmuzi, Arromu. Dikutip dalam "Membangun Kesadaran Bersama: Dari Problematika Penyimpangan di Pesantren hingga Diskursus Ilmu al-Qur'an." LPPM STIQSI, 3 September 2025. Diakses 4 Juli 2026. https://lppm.stiqsi.ac.id/membangun-kesadaran-bersama-dari-problematika-penyimpangan-pesantren-hingga-diskursus-ilmu-al-quran/.

Iqbal, Muhammad. "Mengenal Kitab Fathul Izar, Kitab Pendidikan Seks Santri Tingkat Lanjut." NU Online Jabar, 9 Mei 2022. Diakses 4 Juli 2026. https://jabar.nu.or.id/ubudiyah/mengenal-kitab-fathul-izar-kitab-pendidikan-seks-santri-tingkat-lanjut-ImG1u.

Peters, Tom. "The Brand Called You." *Fast Company* 10 (Agustus–September 1997): 83–90.

Sumber Internet

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data profil per 6 Juli 2026. https://www.tiktok.com/@teh_iim0.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 1 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbnRv4D9/.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 2 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbn8k3VV/.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 3 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbnNJkAx/.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 4 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbnLnuce/.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 5 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbnLgqwm/.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 6 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbnLnbFx/.

Al Asran teh Iim (@teh_iim0). Akun TikTok. Data Video ke 7 per 7 Juli 2026. https://vt.tiktok.com/ZSbnLKVnJ/.