

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah Islam di era digital mengalami transformasi seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial. Jika sebelumnya penyampaian dakwah lebih banyak dilakukan melalui komunikasi lisan dan tulisan dalam ruang-ruang konvensional, perkembangan teknologi kemudian menghadirkan media baru yang memungkinkan pesan keagamaan disampaikan secara lebih luas, cepat, dan melampaui batas geografis. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa dakwah memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan media komunikasi tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam. Dalam konteks dakwah konvensional, lisan dan tulisan merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan ajaran Islam melalui berbagai bentuk, seperti pengajian, ceramah, kitab, buku, dan media cetak (Rozali, 2016). Perkembangan teknologi kemudian memperluas pilihan media dakwah, salah satunya melalui media sosial.

Salah satu media sosial yang berkembang pesat dan memiliki karakteristik kuat pada penyajian video pendek adalah TikTok. Platform ini memungkinkan pengguna memproduksi, menyebarkan, dan mengonsumsi pesan dalam bentuk audiovisual secara cepat dan interaktif. Data yang dirujuk dalam berbagai laporan menunjukkan bahwa TikTok telah mencapai sekitar 1,58 miliar pengguna aktif bulanan secara global pada April 2024. Di Indonesia, jumlah audiens TikTok juga sangat besar. Data yang mengacu pada

Statista mencatat sekitar 157,6 juta pengguna TikTok di Indonesia pada Juli 2024, menjadikan Indonesia salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia. Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memiliki potensi sebagai ruang komunikasi, edukasi, dan penyebaran informasi, termasuk pesan keagamaan.

Potensi TikTok sebagai media dakwah semakin relevan dengan karakteristik generasi muda yang terbiasa memperoleh informasi melalui media digital. Kusumawati dan Sitika (2024), dalam penelitian mengenai pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah Islam bagi Generasi Z, menunjukkan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan oleh da'i muda untuk menyampaikan pesan dakwah secara lebih interaktif dan menarik perhatian generasi muda. Penelitian tersebut menegaskan bahwa karakteristik TikTok memungkinkan pesan dakwah dikemas dengan cara yang lebih sesuai dengan perkembangan media digital dan karakteristik khalayak muda. Dengan demikian, TikTok menjadi salah satu ruang baru yang potensial bagi para da'i untuk menyampaikan pesan Islam kepada masyarakat, khususnya generasi muda.

Dalam kegiatan dakwah, pesan atau materi yang disampaikan merupakan salah satu unsur penting yang menentukan substansi dakwah. Mistarija (2018) menjelaskan bahwa materi dakwah merupakan bahan, isi, ide, pendapat, dan ajaran yang disampaikan kepada masyarakat. Materi tersebut pada dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah serta mencakup berbagai

persoalan kehidupan manusia, antara lain akidah, syariah, dan akhlak. Berdasarkan pemahaman tersebut, dalam konteks media digital, konten dakwah dapat dipahami sebagai penyajian pesan atau materi keislaman yang bersumber dari ajaran Islam dan dikemas dalam bentuk tertentu untuk disampaikan kepada khalayak dengan tujuan memberikan pemahaman serta mendorong perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pemahaman ini sejalan dengan konsep pesan dakwah (*maudhu' al-da'wah*) yang dikemukakan Aziz (2017), bahwa pesan dakwah merupakan isi dakwah yang dapat disampaikan melalui berbagai bentuk, termasuk kata, gambar, maupun bentuk komunikasi lainnya yang diharapkan mampu memberikan pemahaman dan perubahan kepada mitra dakwah.

Dakwah pada dasarnya merupakan proses penyampaian nilai-nilai Islam kepada manusia dengan tujuan mengarahkan individu dan masyarakat kepada kebaikan. Dalam Al-Qur'an, perintah untuk mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran antara lain ditegaskan dalam Surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga mengandung tujuan untuk mengajak manusia kepada kebajikan dan mencegah kemungkaran. Oleh sebab itu, dalam pelaksanaannya, dakwah tidak cukup hanya memperhatikan

substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga perlu memperhatikan cara pesan tersebut dikomunikasikan kepada mad'u. Cara penyampaian yang tepat diperlukan agar pesan dakwah dapat dipahami, diterima, dan memiliki daya persuasi bagi khalayak.

Kehadiran konten dakwah di TikTok menunjukkan adanya perubahan pola masyarakat dalam memperoleh informasi keagamaan. Audiens tidak lagi hanya memperoleh pengetahuan agama melalui majelis taklim, ceramah secara langsung, buku, atau media penyiaran konvensional, tetapi juga melalui video pendek yang dapat diakses kapan saja. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu ruang baru dalam pembentukan pengetahuan dan pemahaman keagamaan. Namun, pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah tidak hanya berkaitan dengan apa yang disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikomunikasikan. Karakteristik video pendek menuntut da'i menyampaikan pesan secara ringkas, menarik, komunikatif, dan mampu mempertahankan perhatian audiens. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi persuasif menjadi salah satu aspek penting dalam penyampaian dakwah melalui media digital.

Salah satu da'i muda yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan adalah Husain Basyaiban melalui akun TikTok @kadamsidik00. Perjalanan dakwah Husain Basyaiban di TikTok dimulai sejak tahun 2020. Kontennya langsung mendapatkan sambutan positif, jumlah penontonnya terus meningkat hingga mencapai jutaan kali tayang. Husain menempuh pendidikan pada Program Studi Ilmu Hadis UIN Sunan

Ampel Surabaya dan menyelesaikan pendidikan sarjananya dengan gelar Sarjana Agama (S.Ag.). Latar belakang pendidikan di bidang Ilmu Hadis tersebut memiliki keterkaitan dengan aktivitas dakwah yang dijalankannya di media sosial. Dalam konten-konten yang diproduksi, Husain kerap menyampaikan hadis, ayat Al-Qur'an, serta penjelasan keagamaan dalam merespons berbagai persoalan yang berkembang di masyarakat. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa konten dakwah Husain disampaikan secara singkat dan jelas serta dilengkapi dengan dalil sebagai penguat materi yang disampaikan (Ronaydi, 2023). Kondisi tersebut menjadikan Husain menarik untuk dikaji bukan hanya dari sisi materi dakwah yang disampaikan, tetapi juga dari cara ia membangun kredibilitas, menyentuh aspek emosional audiens, dan menyusun argumentasi dalam menyampaikan pesan keagamaan.

Aktivitas dakwah Husain di TikTok telah mendapat perhatian dalam sejumlah penelitian. Uyun (2023), misalnya, menemukan bahwa dakwah Husain Basyaiban di TikTok menggunakan karakteristik komunikasi yang disesuaikan dengan khalayak muda, antara lain melalui penggunaan gaya bahasa percakapan dan kata-kata populer, variasi suara, gerak tubuh, serta penampilan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas dakwah Husain tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi keagamaan, tetapi juga memperhatikan cara pesan dikomunikasikan kepada audiens.

Dari sisi jangkauan, akun TikTok @kadamsidik00 juga memiliki jumlah pengikut dan interaksi yang besar. Data yang bersumber dari pemantauan Social Blade pada Juli 2025 mencatat akun tersebut memiliki

sekitar 6,3 juta pengikut, 402,4 juta likes, dan lebih dari 1.100 video. Berdasarkan observasi peneliti terhadap akun @kadamsidik00 pada pertengahan Mei 2026, jumlah pengikut akun tersebut telah mencapai lebih dari 6,3 juta, dengan sekitar 421,4 juta tanda suka. Besarnya jumlah pengikut dan interaksi tersebut menunjukkan bahwa konten dakwah Husain memiliki jangkauan yang luas di TikTok. Namun, besarnya jumlah pengikut dan tanda suka tidak dengan sendirinya menunjukkan kualitas komunikasi dakwah. Hal yang lebih penting untuk dikaji adalah bagaimana pesan keagamaan tersebut dikonstruksi dan disampaikan sehingga mampu menarik perhatian, membangun kepercayaan, menyentuh audiens, dan memberikan argumentasi yang dapat diterima.

Besarnya jangkauan akun tersebut juga didukung oleh temuan penelitian mengenai penerimaan konten dakwah Husain di kalangan generasi muda. Mildah dan Khairuddin (2024) meneliti konten dakwah Husain Basyaiban di TikTok terhadap sikap spiritual Generasi Z dengan melibatkan 42 responden dari empat perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah Husain memberikan dampak positif terhadap sikap spiritual Generasi Z. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas dakwah Husain di TikTok tidak hanya memiliki jangkauan audiens yang luas, tetapi juga memiliki relevansi terhadap penerimaan pesan keagamaan di kalangan generasi muda.

Konten dakwah Husain Basyaiban juga memiliki karakteristik yang menarik untuk dikaji dari aspek komunikasi. Berdasarkan pengamatan awal

peneliti terhadap sejumlah konten pada akun @kadamsidik00, Husain menyampaikan berbagai persoalan keislaman yang berkaitan dengan akidah, ibadah, akhlak, serta persoalan kehidupan sehari-hari. Dalam penyampaian, ia menggunakan berbagai bentuk komunikasi, seperti pemilihan kata yang dekat dengan khalayak muda, pemberian contoh dan analogi, penggunaan cerita, ekspresi dan intonasi, serta penyertaan sumber-sumber keislaman seperti Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah tidak hanya berkaitan dengan substansi pesan, tetapi juga dengan cara komunikator membangun kepercayaan, melibatkan aspek emosional audiens, dan menyusun argumentasi (Uyun, 23).

Kemampuan membangun pesan persuasif tersebut dapat dikaji melalui perspektif retorika Aristoteles. Retorika merupakan kajian mengenai kemampuan menemukan cara-cara persuasi yang tersedia dalam suatu situasi komunikasi. Dalam *On Rhetoric*, Aristoteles menjelaskan tiga bentuk utama sarana persuasi, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan karakter dan kredibilitas pembicara; *pathos* berkaitan dengan kemampuan membangun kondisi atau respons emosional audiens; sedangkan *logos* berkaitan dengan argumentasi dan penalaran yang digunakan untuk mendukung suatu pesan. Kerangka Aristoteles tersebut kemudian diterjemahkan dan dikaji secara luas melalui karya George A. Kennedy, *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse* (2007).

Dalam dakwah, *ethos*, *pathos*, dan *logos* memiliki relevansi yang kuat. *Ethos* dapat digunakan untuk melihat bagaimana da'i membangun kredibilitas dan kepercayaan melalui karakter, penguasaan pengetahuan keagamaan, serta sumber yang digunakan. *Pathos* dapat digunakan untuk melihat bagaimana da'i membangun keterlibatan emosional mad'u melalui pilihan bahasa, ekspresi, cerita, maupun penyampaian yang mampu membangkitkan perasaan tertentu. Sementara itu, *logos* dapat digunakan untuk melihat bagaimana da'i membangun argumentasi melalui dalil, penalaran, contoh, analogi, dan hubungan logis antargagasan. Dengan demikian, ketiga unsur tersebut memungkinkan penelitian tidak hanya mengidentifikasi isi pesan dakwah, tetapi juga menganalisis cara pesan tersebut dibangun secara persuasif.

Penelitian mengenai retorika dakwah Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok telah dilakukan oleh Uyun (2023). Penelitian tersebut berfokus pada penerapan retorika dakwah dan strategi dakwah Husain Basyaiban melalui analisis terhadap konten TikTok. Hasil penelitian menunjukkan adanya penggunaan gaya bahasa percakapan dan kata-kata populer, variasi gaya suara, gerak tubuh, serta penampilan yang disesuaikan dengan karakteristik khalayak muda. Kajian tersebut kemudian dikembangkan oleh Unsiyatul (2024) melalui penelitian yang membandingkan gaya retorika dakwah Husain Basyaiban dan Ustadz Syamsudin Nur Makka di TikTok. Penelitian tersebut menggunakan konsep retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam konteks penelitian komparatif terhadap kedua da'i.

Penelitian lain dilakukan oleh Rapit, Almuammar, Musi, Al Irsyad, dan Andraeani (2025) yang mengkaji efektivitas dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik berdasarkan pandangan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah melalui TikTok dipandang cukup efektif karena sesuai dengan kondisi masyarakat yang semakin mudah memperoleh informasi melalui media sosial. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa fitur TikTok, termasuk *For You Page* (FYP) dan *live stream*, dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*. Dengan demikian, penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa aktivitas dakwah Husain Basyaiban telah dikaji melalui beberapa perspektif, mulai dari gaya dan retorika dakwah, perbandingan gaya retorika, hingga efektivitas dakwah pada akun TikTok Kadam Sidik.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu masih memberikan ruang untuk pengembangan kajian. Penelitian Uyun (2024) memang telah menggunakan konsep *ethos*, *pathos*, dan *logos*, tetapi penelitian tersebut menempatkan Husain Basyaiban sebagai salah satu objek dalam kajian komparatif dengan Ustadz Syamsudin Nur Makka. Sementara itu, penelitian Rapit et al. (2025) lebih menitikberatkan pada efektivitas dakwah berdasarkan pandangan mahasiswa, bukan pada konstruksi retorika dalam pesan dakwah. Oleh karena itu, masih terdapat ruang untuk mengkaji Husain Basyaiban sebagai objek tunggal dengan memberikan perhatian lebih mendalam terhadap bagaimana unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dibangun dalam konten dakwahnya, sehingga analisis dapat dilakukan secara lebih mendalam terhadap bentuk-

bentuk persuasi yang digunakan dalam penyampaian pesan keagamaan melalui video pendek TikTok.

Pemilihan aspek *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik komunikasi dakwah Husain Basyaiban yang menunjukkan adanya upaya membangun kredibilitas sebagai da'i, melibatkan aspek emosional audiens, serta menggunakan argumentasi dan sumber keislaman dalam menjelaskan persoalan agama. Karakteristik tersebut menjadi semakin penting untuk dikaji dalam konteks TikTok yang memiliki format video pendek, sehingga da'i dituntut mampu menyampaikan pesan secara ringkas sekaligus tetap menarik, meyakinkan, dan memiliki dasar argumentasi yang kuat. Analisis retorika dengan perspektif Aristoteles digunakan pada penelitian ini untuk melihat secara lebih mendalam bagaimana kredibilitas, emosi, dan argumentasi digunakan secara bersamaan dalam penyampaian pesan dakwah.

Selain itu, penelitian terhadap retorika dakwah Husain Basyaiban penting dilakukan karena popularitas suatu akun dakwah di media sosial tidak semata-mata dapat dijadikan ukuran keberhasilan penyampaian pesan keagamaan. Jumlah pengikut, tanda suka, dan jangkauan konten menunjukkan luasnya audiens, tetapi belum menjelaskan bagaimana pesan tersebut dibangun dan dipersuasi kepada khalayak. Oleh sebab itu, diperlukan kajian yang tidak hanya melihat besarnya jangkauan dakwah digital, tetapi juga menganalisis retorika Husain Basayaiban berdasarkan tiga dimensi persuasi Aristoteles, Melalui analisis *ethos*, *pathos*, dan *logos*, penelitian ini diharapkan dapat

memberikan gambaran mengenai bagaimana seorang da'i muda mengonstruksi pesan dakwah yang persuasif dalam lingkungan media sosial yang memiliki karakteristik cepat, visual, dan interaktif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bagaimana unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* digunakan Husain Basyaiban dalam menyampaikan pesan dakwah melalui akun TikTok @kadamsidik00. Penelitian ini tidak hanya melihat materi keagamaan yang disampaikan, tetapi juga memperhatikan cara Husain membangun kredibilitas, mengelola respons emosional audiens, dan menyusun argumentasi dalam konten dakwahnya. Dengan demikian, penelitian ini mengambil judul “Analisis Retorika Husain Basyaiban dalam Konten Dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.”

B. Rumusan Masalah dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut yaitu, bagaimana Retorika Husain Basyaiban dalam Konten Dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00?

2. Batasan Masalah

- a. Analisis Ethos Husain Basyaiban dalam konten dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.
- b. Analisis Pathos Husain Basyaiban dalam konten dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.

- c. Analisis Logos Husain Basyaiban dalam konten dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.

C. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulisan menetapkan tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui Analisis Ethos Husain Basyaiban dalam konten dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.
2. Untuk mengetahui Analisis Pathos Husain Basyaiban dalam konten dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.
3. Untuk mengetahui Analisis Logos Husain Basyaiban dalam konten dakwah pada Akun TikTok @kadamsidik00.

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Komunikasi Penyiaran Islam dalam bidang retorika dakwah digital.
- b. Memperkaya khazanah penelitian yang mengintegrasikan teori retorika klasik Aristoteles dengan fenomena dakwah kontemporer di platform media sosial TikTok.
- c. Menjadi referensi akademis bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji retorika komunikasi dakwah di media digital.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini dapat menjadi panduan dalam merancang konten dakwah TikTok yang lebih persuasif dan efektif secara retorika.

- b. Penelitian ini dapat meningkatkan kemampuan literasi retorika dalam mengonsumsi konten dakwah di media sosial.

E. Penjelasan Judul

Dalam kajian ini, penulis menjelaskan judul penelitian dengan kata kunci Analisis Retorika Husain Basyaiban Dalam Konten dakwah Di Media Sosial Tiktok . Judul ini membahas tentang cara Husain Basyaiban menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui platform TikTok dengan menggunakan pendekatan analisis retorika. Retorika merupakan seni atau teknik berbicara dan berkomunikasi yang bertujuan untuk memengaruhi, meyakinkan, serta menarik perhatian audiens.

1. Analisis Retorika

Analisis retorika merupakan kajian yang berfokus pada cara penyampaian pesan, penggunaan bahasa, gaya komunikasi, strategi persuasi, serta teknik yang digunakan oleh komunikator untuk mempengaruhi audiens. Dalam penelitian ini, analisis retorika dapat mengacu pada unsur ethos (kredibilitas pembicara), pathos (daya Tarik emosional), dan logos (logika atau argumentasi).

2. Husain Basyaiban

Husain Basyaiban adalah seorang creator konten dan pendakwah muda yang aktif di media sosial, khususnya TikTok. Ia dikenal karena menyampaikan materi keislaman dengan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan dekat dengan generasi muda.

3. Konten dakwah

Konten dakwah merupakan materi yang berisi ajakan, nasihat, edukasi, atau penyampaian ajaran islam kepada masyarakat. Konten tersebut dapat berupa vidio singkat, tanya jawab keagamaan, motivasi islami, maupun pembahasan isu-isu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari.

4. Media sosial TikTok

Akun TikTok @kadamsidik00 merupakan akun media sosial yang digunakan Husain Basyaiban untuk menyampaikan konten dakwah dalam bentuk video pendek. Melalui akun ini, Husain menyampaikan berbagai pesan keagamaan yang berkaitan dengan persoalan fikih, akidah, ibadah, akhlak, serta persoalan sosial yang dekat dengan kehidupan audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menjelaskan retorika yang digunakan Husain Basyaiban dalam menyampaikan pesan dakwah melalui video-video TikTok berdasarkan tiga dimensi persuasi Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Analisis tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi bagaimana kredibilitas komunikator (*ethos*), daya tarik emosional (*pathos*), dan penyusunan argumentasi yang logis (*logos*) diwujudkan dalam penyampaian pesan dakwah kepada audiens, khususnya pengguna media sosial.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian skripsi ini. peneliti menjabarkan secara deskriptif tentang hal-hal yang akan ditulis. Secara umum, sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab, dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian Teori, berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian, termasuk penjelasan pengertian teori retorika, unsur-unsur retorika, retorika dalam komunikasi dakwah, pengertian dakwah, tujuan dan fungsi dakwah, penjelasan media sosial TikTok.

BAB III : Metode Penelitian, menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh dari proses pengumpulan data serta pembahasannya berdasarkan teori yang digunakan. Gambaran umum akun TikTok Husain Basyaiban, penyajian dan analisis data, terakhir pembahasan hasil penelitian, yang mana mengkaji temuan penelitian dengan menghubungkan pada teori retorika dan penelitian terdahulu.

BAB V : Penutup, berisi kesimpulan dari hasil penelitian, saran, daftar pustaka dan lampiran.

