

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan unsur retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam konten dakwah Husain Basyaiban pada akun TikTok @kadamsidik00. Analisis dilakukan terhadap dua belas video yang diunggah pada periode Januari–Mei 2026. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Ethos Husain Basyaiban dalam konten dakwah di TikTok dibangun melalui tiga dimensi, yaitu *phronesis*, *arete*, dan *eunoia*. Dimensi *phronesis* terlihat melalui penggunaan Al-Qur'an, hadis, hadis qudsi, kitab-kitab keislaman, serta pendapat ulama sebagai dasar dalam menjelaskan persoalan keagamaan. *Phronesis* juga tampak dari kemampuan Husain menghubungkan pengetahuan keagamaan dengan realitas dan persoalan yang dihadapi audiens. Dimensi *arete* ditunjukkan melalui karakter santun, rendah hati, jujur, tenang, bijaksana, dan tidak menghakimi audiens. Sementara itu, *eunoia* terlihat melalui motivasi, solusi, ajakan, nasihat, dan empati yang menunjukkan kepedulian terhadap kondisi dan kebutuhan audiens. Ketiga dimensi tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas Husain sebagai komunikator dakwah dibangun tidak hanya melalui kapasitas keilmuan agama, tetapi juga melalui karakter moral dan kepedulian terhadap audiens.

2. Pathos Husain Basyaiban diwujudkan melalui penggunaan diksi, metafora, dan *storytelling* yang disesuaikan dengan tema serta karakteristik audiens TikTok. Diksi yang dekat dengan bahasa sehari-hari digunakan untuk menciptakan kedekatan dengan audiens, metafora digunakan untuk menjelaskan konsep keagamaan melalui perumpamaan yang lebih konkret serta membangkitkan respons emosional, sedangkan *storytelling* digunakan untuk menghubungkan pesan dakwah dengan pengalaman kehidupan audiens. Penggunaan unsur-unsur tersebut membangun berbagai respons emosional, seperti rasa takut terhadap dosa dan kematian, harapan terhadap ampunan Allah, ketenangan dalam menghadapi persoalan keagamaan, penyesalan terhadap kesalahan, serta dorongan untuk memperbaiki diri. Dengan demikian, *pathos* dalam dakwah Husain tidak hanya terlihat dari bentuk penyampaian pesan, tetapi juga dari kemampuan pesan tersebut membangkitkan emosi tertentu yang mendukung penerimaan dan penghayatan terhadap pesan dakwah.
3. Logos Husain Basyaiban terlihat melalui penggunaan argumentasi, penalaran sebab-akibat, dan analogi dalam menjelaskan pesan dakwah. Argumentasi digunakan dengan menghubungkan pernyataan dengan alasan atau dasar yang mendukungnya, penalaran sebab-akibat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara tindakan dan konsekuensinya, sedangkan analogi digunakan untuk menjelaskan persoalan keagamaan melalui contoh yang lebih konkret dan dekat

dengan pengalaman audiens. Penggunaan Al-Qur'an, hadis, kitab, pendapat ulama, serta contoh kehidupan menjadi bagian dari proses membangun penalaran dalam pesan dakwah. Dengan demikian, *logos* menunjukkan bahwa penyampaian dakwah Husain tidak hanya mengandalkan kredibilitas dan pendekatan emosional, tetapi juga didukung oleh dasar argumentasi yang dapat membantu audiens memahami pesan secara rasional.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa retorika dakwah Husain Basyaiban di TikTok dibangun melalui keterpaduan kredibilitas komunikator (*ethos*), keterlibatan emosional audiens (*pathos*), dan kekuatan penalaran (*logos*). Ketiga unsur tersebut saling melengkapi dalam penyampaian pesan dakwah. *Ethos* memberikan dasar kepercayaan terhadap komunikator, *pathos* membangun keterlibatan emosional audiens, sedangkan *logos* memberikan dasar penalaran terhadap pesan yang disampaikan. Penerapan ketiga unsur tersebut memperlihatkan adanya penyesuaian retorika dakwah dengan karakteristik komunikasi digital yang menuntut penyampaian pesan secara komunikatif, relevan, dan mudah dipahami oleh audiens media sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan sebagai berikut:

1. Diharapkan para pendakwah, khususnya yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, dapat memperhatikan penyusunan pesan

secara lebih terstruktur dengan memadukan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Selain berlandaskan dalil yang kuat, penyampaian materi juga perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens melalui penggunaan bahasa yang komunikatif, analogi yang relevan, serta penyajian cerita yang mampu memudahkan pemahaman terhadap pesan keagamaan.

2. Diharapkan para kreator konten dakwah dapat terus mengembangkan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik platform digital, khususnya TikTok. Penyampaian materi keagamaan perlu dikemas secara ringkas, sistematis, dan tetap mempertahankan ketepatan substansi sehingga informasi yang disampaikan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga mudah dipahami dan dipertanggungjawabkan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami penerapan teori retorika Aristoteles pada komunikasi dakwah di media digital. Kajian mengenai *ethos*, *pathos*, dan *logos* dapat menjadi salah satu pendekatan untuk memahami bagaimana kredibilitas, emosi, dan argumentasi digunakan dalam menyampaikan pesan keagamaan di tengah perkembangan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah (Qiara Media)*. CV. Penerbit Qiara Media. Achmadin,
- Ahmad hawassy. (2023). *Pengatan Ilmu Retorika Dakwah*. PT Ruang Rosadi Corpora.
- Ahmad, J. (2018). *Desain penelitian analisis isi (Content analysis)*. Research Gate,
- Aisyah, M. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: a systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442-469.
- Almuammar, F., Musi, S., Al Irsyad, Z., dkk. (2025). “Efektivitas Dakwah pada Akun TikTok Kadam Sidik dalam Pandangan Mahasiswa.” *RETORIKA: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.
<https://journal.uiad.ac.id/index.php/retorika/article/view/4219>
- Al-pares, M. R. (2025). Digital da'wah and youth engagement: Evaluating the role of empathetic communication and eunoia in social media platforms. *Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 7(1), 89–104.
- Ambo Dalle & Tobroni Tobroni. (2024). *Dimensi-Dimensi dalam Beragama: Spiritual, Intelektual, Emosi, Etika, dan Sosial*. Ikhlas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam, 2(1), 151–165.
- Aristoteles. (2018). *Retorika*. JL. Malabar No. 16, Sorowajan Baru.
- Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.; 2nd ed.). Oxford University Press
- Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.; 2nd ed.). Oxford University Press.
- Shanahan, M. F., & Seele, P. (2015). Shorting ethos: Exploring the relationship between Aristotle's ethos and reputation management. *Corporate Reputation Review*, 18(1), 37–49.
- Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.; 2nd ed.). Oxford University Press.
- Aristotle. 2007. *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*. Translated by George A. Kennedy. 2nd ed. New York: Oxford University Press.
- As, Sunarto. (2014). *Retorika Dakwah: Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato*.
- Astrid Veranita Indah, M. Phi (2025). *Logika dan Filsafat: Dasar berpikir ilmiah dalam Analisis Konseptual*. PT Bukulokal Literasi Bangsa , 17 jun 2025-219 hlmn

- Astrid, A. (2025). Konstruksi logika kontemporer dan penerapan prinsip kehematan berpikir dalam analisis wacana. *Jurnal Filsafat dan Retorika Modern*, 14(1), 45–58.
- B. Z. (2023). *Studi Islam Konteks Materi Dakwah Islam Perspektif Bahasa Al-Qur'an. Muta'allim: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 29–47.
- Bruss, K. S., & Graff, R. (2005). Style, character, and persuasion in Aristotle's Rhetoric. *Rhetorica: A Journal of the History of Rhetoric*, 23(4), 381–407. doi.org
- Burke, K. (1969). *A rhetoric of motives*. University of California Press.
- Copi, I. M., Cohen, C., & McMahon, K. (2014). *Introduction to logic* (14th ed.). Pearson.
- Effendy, E., Audia, A., Asyari, M. A. F., & Widiowati, N. (2023). *Perkembangan dan Peranan Multimedia (Internet) Berbasis Dakwah Islam. Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1327–1337.
- Gentner, D. (1983). *Structure-Mapping: A Theoretical Framework for Analogy*. *Cognitive Science*, 7(2), 155–170.
- George A. Kennedy. (1994). *A New History of Classical Rhetoric*. Princeton University Press, Chichester, west Sussex.
- Gobel, S. A. M., & Usman, I. (2025). Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa. *Jurnal pendidikan, hukum, komunikasi*, 1(1), 36-47.
- H Sunarto AS, M. E. I. (2025). *Seni Memahami Retorika Dakwah dan Komunikasi Publik*. Madani Kreatif Publisher.
- Hawassy, A. (2023). *Pengantar ilmu retorika dakwah*. PT Ruang Rosadi Corpora.
- Hurley, P. J. (2015). *A concise introduction to logic* (12th ed.). Cengage Learning.
- Ihlen, Ø. (2013). External organizational rhetoric. In R. L. Heath (Ed.), *Encyclopedia of public relations* (2nd ed., pp. 317–319). SAGE Publications.
- Kamuhabwa, A. (2021). *Aristotle on rhetoric and political persuasive skills: Examples from political campaigns in African politics*. *International Journal of Humanities, Policy and Law*, 4(1), 12–25. <https://gaexcellence.com/ijhpl/article/view/533>
- Kennedy, GA (2009). *Sejarah baru retorika klasik*.
- Keraf, G. (2010). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Klaus Krippendorff, 1993 *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi Terjemahan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Lucas, Stephen E. (2011). *The Art of Public Speaking* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Lutfi, A. (2026). Estetika audio-visual dan konstruksi teks dalam ekosistem media digital modern. *Jurnal Ilmiah Publikasi Manajemen*, 4(3), 879–892.
- Mailin dkk. (2025), *Etika dan Filsafat Komunikasi dalam dakwah: membangun Hubungan Berbasis Nilai*, Faza Citra Production-173 hlmm
- Meyer, M. (1997). *Rhetoric, hermeneutics, and translation*. John Benjamins Publishing Company.
- Meyer, M. (Ed.). (1997). *Aristotle's Rhetoric*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mubarak, A. (2021). *Psikologi dakwah: Menyentuh hati, menggerakkan jiwa*. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, H. A., WC, C., & Ht, C. H. C. (2025). *Critical Thinking: Menuju Berargumen Logis dan Terstruktur*. Goresan Pena.
- Mulyana, M. (2024). *Konstruksi argumentasi logis dan efektivitas persuasi dalam komunikasi publik*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Kontemporer*, 12(2), 112–126.
- Nurjamilah, N., Nazwa, R., & Abdillah, R. (2025). *Kontribusi Pendidikan Islam dalam Pembentukan Dai Muda Yang Berkualitas dalam Menyebarkan Dakwah Islami*. Bayt Al Hikmah: Jurnal Pendidikan dan Pengembangan Masyarakat Islam, 1(1), 45-53.
- Ofori, K. S. (2019). *Digital media communication and the dynamics of source credibility*. *Journal of Media and Communication Studies*, 11(4), 45–58.
- Ofori, K. S. (2019). *Digital media communication and the dynamics of source credibility*. *Journal of Media and Communication Studies*, 11(4), 45–58.
- O'Keefe, D. J. (2016). *Persuasion: Theory and research* (3rd ed.). SAGE Publications.

- Onong Uchjan Effendy, 2018, *Ilmu komunikasi teori dan praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1969). *The New Rhetoric: A Treatise on Argumentation*. University of Notre Dame Press.
- Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1969). *The new rhetoric: A treatise on argumentation* (J. Wilkinson & P. Weaver, Trans.). University of Notre Dame Press.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag. doi.org
- Porter, J. E. (2017). Rhetoric, ethos, and ethics in digital communication. *Journal of Technical Writing and Communication*, 47(2), 154–173.
- Porter, J. E. (2017). Rhetoric, ethos, and ethics in digital communication. *Journal of Technical Writing and Communication*, 47(2), 154–173.
- Rahman, K., Anis, N., Vann, D., & Pong, M. (2025). The rhetoric of da'wah in the TikTok era: An analysis of digital preachers' communication styles and their engagement. *Qaulan: Journal of Islamic Communication*, 5(2), 101–118. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/qaulan/article/view/11946>
- Rahman, R. R., Muhlis, A., & Aripudin, A. (2019). Retorika Dakwah Ustadz Evie Effendi di Video Youtube. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 45-64.
- Santuso, S. (2025). Strategi retorika pada buletin dakwah Kaffah: Analisis ethos, pathos, dan logos pada wacana masalah sosial. *EDUSOS: Jurnal Edukasi dan Ilmu Sosial*, 2(2), 52–61.
- Saputra, R. A. V. W., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2024). *Retorika: Teori dan teknik praktis seni berbicara di era digital*. wawasan Ilmu. Hlm : 27-28.
- Self, C. C. (1979). *Rhetorical construction of ethos: A study of communication craft*. *Quarterly Journal of Speech*, 65(2), 123–138.
- Setiawan, A. (2025). Analisis wacana korelasi diksi dalam perspektif komunikasi dakwah di Indonesia. *Jurnal Literasi Bahasa dan Sastra*, 13(1), 24–38.
- Shanahan, M. F., & Seele, P. (2015). Shorting ethos: Exploring the relationship between Aristotle's ethos and reputation management. *Corporate Reputation Review*, 18(1), 37–49.
- Shanahan, M. F., & Seele, P. (2015). Shorting ethos: Exploring the relationship between Aristotle's ethos and reputation management. *Corporate Reputation Review*, 18(1), 37–49.

- Simons, H.W. (2011). *Persuasion in Society* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203933039>
- Statista. (2024). *Most popular social networks worldwide as of January 2024, by number of monthly active users*. Diakses dari <https://statista.com>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyarini, D., & Zainal, A. G. (2020). Buku Ajar: Retorika.
- Susanti, S., Arianto, T., Tawil, M. R., Dewi, N. P. S., Misnawati, D., Ariani, S., ... & Mirza, M. (2024). *Retorika dalam Public Speaking*. CV. Gita Lentera.
- Tindale, C. W. (2004). *Rhetorical argumentation: Source of theory and practice*. SAGE Publications.
- Tindale, C. W. (2004). *Rhetorical argumentation: Source of theory and practice*. SAGE Publications.
- Uyun, U. (2023). "Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok." *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/ittishol/article/view/993>
- Uyun, U. (2024). "Dakwah Digital Da'i Millennial: Gaya Retorika Dakwah Husain Basyaiban dan Ustadz Syamsudin Nur Makka dalam Media Sosial TikTok." UIN Sunan Kalijaga. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63498/>
- Vero, N. (2021). Emotional language and user engagement in digital communication: A multi-platform analysis of social media interactions. *Journal of Digital Media & Relationship Management*, 14(3), 215–230.
- Vero, N. (2021). Emotional language and user engagement in digital communication: A multi-platform analysis of social media interactions. *Journal of Digital Media & Relationship Management*, 14(3), 215–230.
- Wahyuni, S., & Febria, R. (2026). Konstruksi penalaran logis dan argumen kausalitas pada diskursus dakwah kontemporer di media siber. *Jurnal Komunikasi Islam dan Penyiaran*, 8(1), 74–89.
- Wahyuni, T., & Febria, R. (2026). *Analisis Retorika Dakwah Tentang Perbaiki Shalatmu Maka Allah Akan Permudah Urusanmu dalam Ceramah Ustadz Adi Hidayat Melalui Ethos, Pathos, dan Logos*. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 3(01).
- Walton, D., Reed, C., & Macagno, F. (2008). *Argumentation Schemes*. Cambridge University Press.

Walton, D., Reed, C., & Macagno, F. (2008). *Argumentation schemes*. Cambridge University Press. doi.org

We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Diakses dari <https://wearesocial.com>

Yanuar, D. (2019). Gaya retorika dakwah ustadz abdul somad pada ceramah peringatan maulid nabi muhammad saw tahun 1440 H di mesjid raya baiturahman banda aceh. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmsu Dakwah*, 25(2), 354-385.

Žmavc, J. (2012). *The ethos of classical rhetoric: From epieikeia to auctoritas*. In F. H. van Eemeren & B. Garssen (Eds.), *Topical Themes in Argumentation Theory* (pp. 181–191). Springer.

