



NOMOR SKRIPSI 7731/KOM-D/SD-S1/2026
--

**RETORIKA DAKWAH BUYA ARRAZY HASYIM DALAM
MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh:

LUTHFI GAYHAQI
NIM. 12240412714

**PROGRAM STRATA 1 (S1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2026 M/1447 H**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram”** ditulis oleh:

Nama : Luthfi Gayhaqi
NIM : 12240412714
Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 9 Januari 2026

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Januari 2026

Ketua/Penguji 1

Dr. Silawati, M.Pd
NIP. 19690902 199503 2 001

Penguji 3

Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

Sekretaris/Penguji 2

Artis, M.I.Kom
NIP. 19680607 200701 1 047

Penguji 4

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd, CIIQA
NIP. 19750927 2023211 005

Mengetahui
Dekan



Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP. 19710612 199803 1 003

2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

Di larang mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

Di larang mengutip tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

RETORIKA DAKWAH BUYA ARRASY HASYIM DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Disusun Oleh :

Luthfi Gayhaqi
NIM. 12240412714

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 30 Desember 2025

Pekanbaru, 30 Desember 2025
Pembimbing,

Dr. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Rafdeadi, S.Sos.I., M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Library of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Luthfi Gayhaqi
NIM : 12240412714
Judul : Retorika Dakwah Buka Arrazy Hasyim dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Media Sosial

Telah Diseminarkan Pada:
Hari : Jum'at
Tanggal : 20 Juni 2025

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Dakwah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

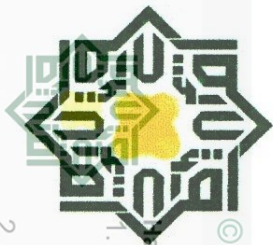
Pekanbaru, 20 Juni 2025
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I

Perdamaian, M.Ag
NIP. 19621124 199603 1 001

Penguji II

Pipir Romadi, S.Kom.I, M.M
NIP. 19910403 202521 1 013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 30 Desember 2025

Lampiran : 1 Berkas
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di
Tempat

Assalam'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : **Luthfi Gayhaqi**
NIM : 12240412714
Prodi : Manajemen Dakwah

Dapat Diajukan Menempuh Ujian Skripsi Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Dengan Judul **"Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram"** Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam

Pekanbaru, 30 Desember 2025
Pembimbing,


Dr. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Rafdeadi, S.Sos.I., M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

2. Dilampirkan mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Lampiran Surat :

Nomor : Nomor 25/2021

Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Luthfi Gayhaqi

NIM : 12240412714

Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 12 April 2003

Fakultas/Pascasarjana : Dakwah dan Komunikasi

Prodi : Manajemen Dakwah

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

**“RETORIKA DAKWAH BUYA ARRAZY HASYIM DALAM
MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*~~ saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 23 Januari 2026

Yang membuat pernyataan



Luthfi Gayhaqi

NIM. 12240412714

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Nama : Luthfi Gayhaqi

NIM : 12240412714

Judul : Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pergeseran fenomena dakwah dari metode konvensional ke media digital, di mana Instagram menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh para pendakwah untuk menjangkau generasi milenial dan Gen Z. Salah satu tokoh pendakwah yang memiliki daya tarik kuat di media sosial adalah Buya Arrazy Hasyim. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis efektivitas retorika dakwah yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim di Instagram berdasarkan teori retorika klasik Aristoteles yang meliputi elemen ethos (kredibilitas), pathos (daya tarik emosional), dan logos (logika penalaran). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Data penelitian bersumber dari 12 konten video dakwah Buya Arrazy Hasyim di akun Instagram @kajian.buya.arrazy yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital dan dokumentasi, sementara teknik analisis data menggunakan model retorika Aristoteles. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Buya Arrazy Hasyim berhasil mengintegrasikan ketiga elemen retorika secara sinergis. (1) Ethos dibangun melalui otoritas keilmuan berbasis kitab klasik dan citra ulama yang tawadhu. (2) Pathos dibangun melalui pendekatan tasawuf yang menyejukkan, intonasi suara yang tenang, dan diksi yang penuh empati sehingga menyentuh sisi psikologis audiens. (3) Logos diwujudkan melalui penggunaan analogi kontemporer yang sistematis untuk menyederhanakan konsep spiritual yang kompleks. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kekuatan retorika yang proporsional menjadi kunci keberhasilan dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam memengaruhi dan menarik minat audiens di era digital.

Kata Kunci: Retorika, Dakwah, Instagram, Buya Arrazy Hasyim, Aristoteles.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Nama : Luthfi Gayhaqi

NIM : 12240412714

Title : The Dakwah Rhetoric of Buya Arrazy Hasyim in Delivering Dakwah Messages on Instagram Social Media

This research is motivated by the shift in the dakwah phenomenon from conventional methods to digital media, where Instagram has become one of the primary platforms used by preachers to reach Millennials and Generation Z. One of the prominent preachers with a strong influence on social media is Buya Arrazy Hasyim. This study aims to explore and analyze the effectiveness of the dakwah rhetoric employed by Buya Arrazy Hasyim on Instagram, based on Aristotle's classical rhetoric theory, which includes the elements of ethos (credibility), pathos (emotional appeal), and logos (logical reasoning). This study employs a descriptive qualitative method. The research data were sourced from 12 dakwah video contents of Buya Arrazy Hasyim on the Instagram accounts @kajian.buya.arrazy and @nouraniyyahofficial, selected using a purposive sampling technique. Data collection was conducted through digital observation and documentation, while data analysis was performed using Aristotle's rhetorical model. The results indicate that Buya Arrazy Hasyim successfully integrates the three rhetorical elements synergistically. (1) Ethos is established through scholarly authority based on classical texts (kitab) and a humble (tawadhu) clerical image. (2) Pathos is built through a soothing Sufism approach, a calm vocal intonation, and empathetic diction that resonates with the audience's psychological state. (3) Logos is manifested through the use of systematic contemporary analogies to simplify complex spiritual concepts. This study concludes that proportional rhetorical strength is the key to Buya Arrazy Hasyim's success in influencing and attracting audience interest in the digital era.

Keywords: Rhetoric, Dakwah, Instagram, Buya Arrazy Hasyim, Aristotle.



KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil ‘ālamīn, segala puji serta syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., Sang Pemilik Ilmu, atas limpahan rahmat, hidayah, serta kekuatan-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan perjalanan akademik jenjang Strata Satu (S-1) melalui penyusunan skripsi yang berjudul: **“Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram.”**

Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada uswah hasanah kita, Nabi Muhammad saw., sang pembawa lentera kebenaran yang telah membimbing umat manusia keluar dari labirin jahiliyah menuju terangnya cahaya ilmu pengetahuan. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik guna memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Keberhasilan menyelesaikan karya ilmiah ini merupakan manifestasi dari rida Allah Swt. dan dukungan dari berbagai pihak. Dari lubuk hati yang paling dalam, penulis haturkan rasa takzim dan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, **Ayahanda Akhiar** dan **Ibunda Sumarni**. Ayahanda adalah tiang ketegaran dan Ibunda adalah telaga kasih sayang; terima kasih atas segala pengorbanan yang tak terhitung, doa-doa tulus yang mengetuk pintu langit, serta didikan penuh kearifan yang menjadi energi bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini dengan penuh integritas.

Penulis juga menyampaikan apresiasi dan kasih sayang kepada abang tercinta, Vikri Hidayat, serta kedua adik perempuan tersayang, Hairin Rana Zakia dan Raisa Ulfa Azaria. Kehadiran dan dukungan kalian adalah motivasi terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan memberikan yang terbaik. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini bukanlah sekadar pencapaian individu, melainkan akumulasi dari doa, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak yang telah membersamai proses intelektual penulis hingga sampai di titik ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak.

Oleh karena itu, dengan penuh ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., M.Si., Ak., CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D selaku Wakil Rektor I, Dr. Alex Wenda, S.T., M.Eng selaku Wakil Rektor II, dan Dr. Harris Simaremare, M.T selaku Wakil Rektor III.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Muhammad Badri, S.P., M.Si selaku Wakil Dekan I, Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan II, serta Dr. Sudianto, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Bapak Rafdeadi, S.Sos.I., M.A selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Bapak Pipir Romadi, S.Kom.I., M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
5. Bapak Rahman, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Bapak Arwan, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan bimbingan secara maksimal dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Biro Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
8. Rekan-rekan Nakan Mamak pejuang S.Sos:Vio Ariandi, Ibnu Al habror, Imam Ali Siregar, Rifa'i Wirawan, dan Muhammad Rizieq Bakri
9. Rekan-rekan Pengurus DEMA FDK Kabinet Primavera.
10. Rekan-rekan seperjuangan Kelas C Gacor serta mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Angkatan 2022.
11. Keluarga Posko KKN Desa Tanjung Punak Tahun 2025 yang telah memberikan semangat dan pengalaman berharga.
12. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak pernah menyerah dalam melewati proses panjang ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini bukanlah sebuah karya yang luput dari kekurangan. Keterbatasan sudut pandang dan kedalaman analisis menjadikannya masih jauh dari predikat sempurna. Oleh sebab itu, penulis membuka diri terhadap kritik konstruktif serta saran yang membangun demi penyempurnaan diskursus ini di masa depan. Akhir kata, besar harapan penulis agar karya ini dapat menjadi kontribusi nyata, memberikan manfaat bagi para pembaca, serta menjadi referensi yang relevan bagi pembaca.

Pekanbaru, 28 Desember 2025

Luthfi Gayhaqi
NIM. 12240412714



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Terdahulu	8
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data Penelitian	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Validitas Data.....	32
F. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Biografi Buya Arrazy Hasyim	34
B. Akun Instagram @buya.arrazy.hasyim.....	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Klasifikasi dan Deskripsi Data Unsur Retorika Buya Arrazy Hasyim.....	40
B. Pembahasan	70
BAB VI PENUTUP	
A. Kesimpulan	76
B. Pembahasan	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kajian Terdahulu.....	4
Tabel 5.1	Konten 1: Tak Ada Yang Mampu Mengingat Allah SWT	40
Tabel 5.2	Konten 2 : Qolbu Tidak Bisa Dimasuki Olen Syaitan	42
Tabel 5.3	Konten 3 : Mari Mengenal Allah SWT	46
Tabel 5.4	Konten 4 : Berhusnuzon Kepada Allah SWT	47
Tabel 5.5	Konten 5 : Dinamika Sprituitas Manusia	49
Tabel 5.6	Konten 6 : Dimensi Spritual Dibalik Aktivitas Tidur	51
Tabel 5.7	Konten 7 : Luasnya Kasih Sayang (Rahmah) Dan Keridhaan Allah SWT.....	54
Tabel 5.8	Konten 8 : Pemurnian Tauhid Dalam Beribadah	56
Tabel 5.9	Konten 9 : Hakikat Tawadhu’	59
Tabel 5.10	Konten 10 : Bahaya Sifat Hasad (Iri Hati) Dan Kesombongan	60
Tabel 5.11	Konten 11 : Dua Jalur Kedekatan dengan Allah SWT.....	62
Tabel 5.12	Konten 12 : Spiritualitas Qolbu Dan Konsep Makrifatullah .	64
Tabel 5.13	Rekapitulasi Final	69



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Portal resmi Ribath Nouraniyah	4
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1	Foto Buya Arrazy Hasyim	34
Gambar 4.2	Akun instagram @kajian.buya.arrazy	37
Gambar 4.3	Komentar dari followers	39
Gambar 5.1	Konten 1: Tak Ada Yang Mampu Mengingat Allah SWT...	40
Gambar 5.2	Konten 2 : Qolbu Tidak Bisa Dimasuki Olen Syaitan.....	42
Gambar 5.3	Konten 3 : Mari Mengenal Allah SWT	46
Gambar 5.4	Konten 4 : Berhusnuzon Kepada Allah SWT	47
Gambar 5.5	Konten 5 : Dinamika Sprituaitas Manusia.....	49
Gambar 5.6	Konten 6 : Dimensi Spritual Dibalik Aktivitas Tidur	51
Gambar 5.7	Konten 7 : Luasnya Kasih Sayang (Rahmah) Dan Keridhaan Allah SWT	54
Gambar 5.8	Konten 8 : Pemurnian Tauhid Dalam Beribadah.....	56
Gambar 5.9	Konten 9 : Hakikat Tawadhu'	59
Gambar 5.10	Konten 10 : Bahaya Sifat Hasad (Iri Hati) Dan Kesombongan	60
Gambar 5.11	Konten 11 : Dua Jalur Kedekatan dengan Allah SWT	62
Gambar 5.12	Konten 12 : Spiritualitas Qolbu Dan Konsep Makrifatullah	64



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa awal Islam, dakwah dilakukan secara langsung dan personal, melalui majlis ilmu, tabligh akbar, khutbah, dan pengajian di masjid atau surau. Media utama dalam dakwah konvensional adalah lisan dan tulisan, baik melalui kitab kuning, buku, selebaran, atau majalah keislaman (Rozali, 2016). Kelebihan dari metode ini terletak pada kedekatan emosional antara da'i dan mad'u, serta interaksi yang langsung dan mendalam. Namun, metode ini juga memiliki kelemahan atau keterbatasan dalam jangkauan audiens, kecepatan penyebaran informasi, serta kurang efisien dalam menyasar generasi muda yang lebih dinamis.

Perkembangan teknologi, terutama internet dan media sosial, memunculkan babak baru dalam aktivitas dakwah. Dakwah kini dapat disebarluaskan melalui media digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, podcast, dan platform streaming lainnya (Satria et al., 2024). Teknologi memungkinkan pesan dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas, beragam latar belakang, serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Media digital juga memungkinkan penyampaian dakwah secara audiovisual, menjadikan pesan lebih menarik dan mudah dipahami oleh generasi milenial dan Gen Z. Selain itu, algoritma media sosial memungkinkan konten dakwah viral dalam waktu singkat, memberi peluang besar bagi pesan Islam untuk menjangkau masyarakat secara masif.

Di era modern ini, dakwah di media sosial tidak hanya berkembang secara kuantitatif, tetapi juga mengalami transformasi dalam hal gaya penyampaian, personalisasi, dan kemasan pesan. Beberapa fenomena menarik yang dialami Pendakwah kini tidak hanya berasal dari kalangan ustaz atau ulama tradisional, tetapi juga dari kalangan influencer muslim, konten kreator, bahkan *public figure* yang hijrah. Mereka memanfaatkan media sosial untuk berbagi pesan keislaman dengan cara yang lebih santai, akrab, dan relatable. Fenomena ini menimbulkan pergeseran, di mana dakwah menjadi lebih informal, namun tetap menggugah.

Konten dakwah sering dikemas dalam bentuk video singkat, narasi inspiratif, atau cuplikan ceramah penuh emosi yang disukai netizen. Pendekatan ini memanfaatkan strategi retorika dan semiotika visual, menciptakan kedekatan emosional antara pendakwah dan audiens. Beberapa pendakwah menggunakan pendekatan yang mengikuti tren media sosial seperti quotes estetik, reaction video terhadap isu-isu keislaman, atau ceramah dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

format sinematik. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah bukan lagi hanya soal isi, tetapi juga bagaimana isi itu dikemas.

Di tengah arus informasi yang padat, kebanyakan masyarakat cenderung lebih tertarik kepada figur pendakwah yang karismatik. Karisma menjadi elemen penting dalam membangun otoritas moral, kepercayaan public, dan daya tarik retorik. Pendakwah karismatik biasanya memiliki: kemampuan komunikasi yang kuat, penampilan yang meyakinkan, integritas pribadi, Kehadiran yang memikat kemampuan menjawab isu kekinian. Salah satu tokoh seperti Buya Arrazy Hasyim menjadi contoh pendakwah yang memiliki karisma unik dan kuat di tengah masyarakat digital. Mereka tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun relasi psikologis dengan audiens.

Di era digital, masyarakat bukan lagi hanya sebagai penerima dakwah pasif, tetapi juga menjadi konsumen kritis yang memilih konten berdasarkan gaya penyampaian, kepribadian pendakwah, dan nilai-nilai yang disampaikan. Hal ini menjelaskan mengapa pendakwah yang berkarisma, pintar membaca audiens, dan mampu tampil otentik lebih disukai.

Perkembangan dakwah dari metode konvensional menuju era digital menunjukkan fleksibilitas Islam dalam merespons dinamika zaman. Media sosial telah membuka ruang dakwah yang luas dan inklusif, namun juga menuntut pendakwah untuk beradaptasi secara kreatif, tanpa mengurangi esensi pesan yang disampaikan. Kecenderungan masyarakat terhadap pendakwah karismatik menunjukkan bahwa dakwah di era modern bukan hanya soal apa yang disampaikan, tetapi juga siapa yang menyampaikan, bagaimana disampaikan, dan di platform apa disampaikan.

Retorika adalah seni berkomunikasi yang bukan sekadar menyampaikan pesan, tetapi bagaimana pesan tersebut dapat diterima, dipahami, dan menggerakkan pendengarnya. Dalam peradaban manusia sejak zaman Yunani kuno hingga era digital saat ini, retorika memainkan peran penting dalam berbagai bidang kehidupan, mulai dari politik, pendidikan, hukum, hingga dakwah. Pada dasarnya, retorika tidak hanya berkaitan dengan struktur bahasa yang indah, tetapi lebih jauh menyentuh strategi komunikasi yang persuasif, yang melibatkan emosi, logika, serta kredibilitas pembicara. Dalam konteks dakwah, retorika menjadi jembatan antara nilai-nilai Islam yang hakiki dengan realitas sosial yang dihadapi masyarakat. (Ufairah, 2024) Aristoteles dalam bukunya menyebutkan, Retorika adalah kemampuan untuk melihat apa yang mungkin menjadi persuasif dalam setiap kasus yang tersedia. Aristoteles menekankan bahwa retorika adalah seni menemukan cara paling efektif untuk meyakinkan orang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam konteks dakwah, seorang da'i tidak hanya bertugas untuk menyampaikan ilmu agama secara tekstual, tetapi juga harus mampu menyentuh hati, merangsang pemikiran, dan membentuk kesadaran masyarakat. Di sinilah retorika menjadi alat vital dalam mendukung keberhasilan penyampaian pesan dakwah yang efektif. Seorang da'i yang memiliki keterampilan retorika akan mampu menyesuaikan bahasa, gaya, dan pendekatannya sesuai dengan tingkat pendidikan, usia, dan konteks sosial audiens. Hal ini penting agar pesan dakwah tidak terkesan eksklusif atau membingungkan.

Dalam dunia dakwah media sosial, retorika sangat penting untuk menciptakan pesan yang singkat, padat, namun berkesan. Retorika visual, diksi yang tepat, dan gaya komunikasi yang natural menjadi kunci agar pesan dakwah tidak tenggelam di tengah arus konten yang padat. Retorika bukan sekadar seni berbicara, tetapi merupakan instrumen strategis dalam mempengaruhi hati dan pikiran. Bagi seorang da'i, penguasaan terhadap retorika menjadi modal penting agar pesan dakwah tidak hanya tersampaikan, tetapi juga membekas dan mengubah. Retorika menjadikan dakwah lebih hidup, komunikatif, dan relevan, terutama di era kontemporer yang menuntut pendekatan yang lebih personal dan emosional.

Salah satu tokoh pada saat ini yang kerap memanfaatkan media sosial dalam menyampaikan dakwahnya ialah Buya Arrazy Hasyim, seorang ulama muda Indonesia yang sangat di kenal dengan retorika atau seni berbahasanya dalam menyampaikan pesan dakwah yang khas, sehingga banyak diminati banyak orang.

Buya Arrazy Hasyim merupakan salah satu tokoh dai kontemporer Indonesia yang aktif berdakwah melalui berbagai platform digital, meskipun tampaknya beliau tidak memiliki akun media sosial secara pribadi yang aktif digunakan, akan tetapi Beliau telah memberikan izin kepada platform untuk menyebarkan dakwahnya melalui website *Ribath Nouraniyyah* pusat informasi resmi yang dikelola langsung oleh tim buya Arrazy Hasyim seperti Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, dan Telegram.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.1
Portal resmi Ribath Nouraniyyah

Gaya dakwahnya dikenal intelektual, sejuk, dan reflektif, serta sarat dengan kedalaman makna, yang menunjukkan pemahaman mendalam terhadap teologi Islam, filsafat, dan psikologi spiritualitas. Dalam konteks retorika, Buya Arrazy menggabungkan berbagai unsur klasik dan modern secara harmonis, menciptakan karakter komunikasi yang unik dan efektif. Berdasarkan pernyataan sebelumnya, retorika dalam berdakwah merupakan aspek yang sangat penting bagi seorang pendakwah atau dai untuk menarik perhatian audiens atau mad'u-nya. Keberhasilan sebuah pesan dakwah tidak hanya bergantung pada isi atau substansi ajaran yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan secara retorik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti Buya Arrazy Hasyim, seorang dai yang aktif menyampaikan dakwah melalui media sosial, khususnya YouTube, TikTok, dan Instagram. Gaya penyampaian beliau yang khas, tenang, dan reflektif, serta mampu menarik perhatian publik, menjadi daya tarik tersendiri dalam dunia dakwah digital. Peneliti ingin mengetahui lebih lanjut bagaimana bentuk dan strategi retorika dakwah yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim sehingga dakwah yang disampaikannya dapat diterima dan diminati oleh berbagai kalangan di media sosial. Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengangkat judul: **“Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam Menyampaikan Dakwah di Media Sosial Instagram”**.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsirkan ruang lingkup dan fokus penelitian ini, maka perlu diberikan penjelasan terhadap istilah-istilah kunci yang digunakan dalam judul, agar pembahasan lebih terarah dan tepat sasaran. Adapun istilah-istilah tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Retorika

Dalam konteks penelitian ini, retorika dipahami sebagai seni dan kemampuan dalam menyampaikan pesan dakwah secara persuasif, efektif, dan komunikatif kepada audiens. Retorika tidak hanya berkaitan dengan bagaimana pesan disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut mampu membangun pemahaman, kepercayaan, serta respons audiens terhadap isi dakwah. (Suriati, 2021) Oleh karena itu, retorika menjadi elemen penting dalam dakwah, khususnya pada media sosial yang memiliki karakter audiens yang beragam dan dinamis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan tiga bukti persuasif yang dikenal dalam teori retorika Aristoteles, yaitu ethos, pathos, dan logos. Ethos merujuk pada kredibilitas dan karakter dai sebagai penyampai pesan dakwah, yang mencakup keilmuan, sikap, serta kepribadian yang mampu membangun kepercayaan audiens. Pathos berkaitan dengan kemampuan dai dalam menyentuh aspek emosional audiens, seperti perasaan, empati, dan refleksi batin, sehingga pesan dakwah tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga dirasakan secara emosional. Sementara itu, logos merujuk pada aspek logika dan rasionalitas pesan dakwah, yang tercermin melalui argumentasi, penjelasan yang runtut, serta penggunaan dalil atau alasan yang dapat diterima oleh akal.

Dengan menggunakan kerangka retorika Aristoteles tersebut, penelitian ini menganalisis konten dakwah Buya Arrazy Hasyim di media sosial Instagram untuk melihat bagaimana unsur ethos, pathos, dan logos digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah. Pendekatan ini dipilih karena dinilai relevan untuk mengkaji dakwah digital yang tidak hanya menuntut kedalaman materi keislaman, tetapi juga kemampuan komunikasi yang persuasif dan kontekstual. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi retorika dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam membangun komunikasi dakwah yang efektif di media sosial.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dakwah

Dakwah dalam penelitian ini merujuk pada proses penyampaian ajaran Islam yang bertujuan untuk mengajak audiens menuju pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Islam. Dakwah yang dimaksud tidak hanya bersifat verbal atau tatap muka, tetapi juga mencakup dakwah digital yang dilakukan melalui media sosial. Fokus penelitian ini adalah pada cara atau strategi Buya Arrazy dalam menyampaikan pesan dakwah, bukan pada isi hukum atau fatwa dakwahnya.

3. Buya Arrazy Hasyim

Buya Arrazy Hasyim adalah seorang ulama, cendekiawan, dan pendakwah asal Indonesia yang aktif menyampaikan dakwah melalui pendekatan intelektual dan spiritual. Ia dikenal luas karena gaya penyampaian yang lembut, mendalam, dan penuh refleksi. Dalam penelitian ini, Buya Arrazy diposisikan sebagai objek kajian, di mana gaya retorika dan representasi dakwahnya di media sosial dianalisis secara semiotik dan komunikatif.

4. Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan mengonsumsi konten secara interaktif dan terbuka. (Sikumbang et al., 2024) Dalam konteks dakwah, media sosial menjadi ruang terjadinya proses komunikasi retorika antara dai dan mad'u secara virtual dan visual. Buya Arrazy Hasyim memanfaatkan berbagai media sosial dalam menyebarkan pesan dakwahnya, namun dalam penelitian ini fokus kajian dibatasi hanya pada media sosial Instagram. Pemilihan Instagram didasarkan pada karakteristik platform yang menekankan konten visual dan audiovisual singkat, sehingga menuntut kemampuan retorika yang efektif dan persuasif dalam penyampaian pesan dakwah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana retorika dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial Instagram?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai retorika dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui media sosial. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali bagaimana media sosial yang ada Instagram,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimanfaatkan oleh Buya Arrazy sebagai salah satu platform dalam menyebarkan dakwah yang bernuansa intelektual, spiritual, dan reflektif. Penulis akan menganalisis faktor-faktor retorik yang memengaruhi efektivitas komunikasi dakwah beliau, termasuk penggunaan bahasa, gaya penyampaian, serta pendekatan emosional dan rasional yang ditampilkan dalam kontennya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang pentingnya retorika dalam dakwah digital serta relevansi media sosial sebagai sarana komunikasi agama di era modern.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

- Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi ilmiah dalam kajian ilmu dakwah, khususnya yang berkaitan dengan retorika dakwah di era digital.
- Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan akademik tentang bagaimana seorang pendakwah menggunakan strategi retorik dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui media sosial, dengan mengkaji contoh konkret dari Buya Arrazy Hasyim.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi para dai atau pendakwah lain dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang efektif di media sosial.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Sebelum penulis melakukan penelitian mengenai Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Media Sosial, penulis telah berupaya untuk menelusuri dan menelaah berbagai hasil kajian yang relevan. Penelusuran ini dilakukan sebagai langkah awal untuk memahami sejauh mana penelitian-penelitian sebelumnya membahas tentang retorika dakwah. Kajian tersebut menjadi pijakan awal bagi penulis dalam menyusun landasan teori dan menentukan posisi penelitian ini dalam ranah keilmuan yang lebih luas.(El Hafiz & Aditya, 2021)

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Peneitian	Perbandingan dengan Penelitian ini
1.	Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara Mamah dan Aa Beraksi di Indosiar(Zaini, 2018)	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis retorika klasik Aristoteles (ethos, pathos, logos). Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan studi pustaka terhadap penampilan Mamah Dedeh di acara televisi.	Penelitian ini menunjukkan bahwa Mamah Dedeh berhasil menyeimbangkan tiga aspek retorika Aristoteles dalam dakwahnya yaitu: (ethos, pathos, dan logos). Dengan gaya komunikasi dan pendekatan personalnya, beliau menciptakan kedekatan emosional yang menjadikan dakwahnya	Persamaan penelitian ini dengan penelitian oleh Ahmad Zaini yaitu sama-sama mengkaji dari aspek retorika, namun perbedaannya adalah dari segi penggunaan media dakwah dan gaya Retorika Mamah Dedeh dengan Buya Arrazy Hasyim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			interaktif dan menarik.	
2.	Estetika Bahasa dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik (Fatimah et al., 2023)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan analisis konten.	Penelitian ini menemukan bahwa permainan bunyi yang paling dominan dalam retorika dakwah KH Anwar Zahid adalah aliterasi, diikuti oleh asonansi, akronim, dan slogan. Gaya bahasa yang digunakan termasuk repetisi, anafora, antitesis, simile, dan pleonasme, yang semuanya berkontribusi pada keindahan dan daya tarik pesan dakwah yang disampaikan.	Penelitian ini berfokus pada estetika bahasa dalam retorika dakwah di media sosial, yang sejalan dengan penelitian saya yang juga mengeksplorasi bagaimana retorika dakwah disampaikan melalui media sosial. Namun, penelitian saya akan lebih menekankan pada karakteristik dan strategi yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim dalam menyampaikan pesan dakwahnya, serta bagaimana elemen-elemen tersebut beradaptasi dengan platform

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

				media sosial.
3.	Media Retorika Dakwah pada Era Milenial.(Trilaksono et al., 2021)	Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui kajian pustaka dari berbagai sumber, termasuk jurnal, buku, dan internet.	Penelitian ini menemukan bahwa retorika dakwah di era milenial sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan YouTube menjadi sarana efektif untuk menyampaikan pesan dakwah. Rhetoric media berperan penting dalam mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens.	Penelitian ini relevan dengan penelitian saya. Keduanya membahas penggunaan media sosial dalam dakwah, namun penelitian saya lebih fokus pada teknik retorika secara spesifik yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi audiens di platform media sosial.
4.	Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial YouTube (Analisis pada Tema “Rumah Tangga” dalam Channel Ustadzah Halimah Alaydrus)(Pridiastuti, 2022)	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Data dikumpulkan melalui transkripsi video dakwah dan analisis retorika	Penelitian ini menemukan bahwa Ustadzah Halimah Alaydrus menggunakan lima metode retorika dalam dakwahnya, yaitu inventio (penemuan	Penelitian ini relevan dengan penelitian saya. Keduanya membahas penggunaan retorika dalam dakwah di media sosial. Namun,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		berdasarkan lima metode retorika yang dikemukakan oleh Zainul Ma'arif.	materi), dispositio (pengaturan teks), elucitio (gaya bahasa), memoria (ingatan), dan pronontio (penyampaian). Metode ini dikemas dengan menarik sehingga pesan dakwah dapat disampaikan dengan efektif meskipun terdapat beberapa kekurangan.	penelitian saya lebih fokus pada teknik dan strategi spesifik yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim dalam menyampaikan pesan dakwahnya, serta bagaimana elemen-elemen tersebut beradaptasi dengan platform media sosial.
5.	Motivasi Pendidikan Dalam Retorika Dakwah Lora Thohir(Karimullah , 2022).	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif untuk mengungkap berbagai informasi kualitatif dengan cara mendeskripsikan situasi secara sistematis dan akurat.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika dakwah Lora Thohir lebih menekankan pada penyampaian materi yang mudah dipahami oleh jamaah, menggunakan teknik persuasif yang menarik dan logis. Motivasi pendidikan yang disampaikan	Penelitian ini relevan dengan penelitian saya. Keduanya membahas tentang retorika dakwah yang efektif dan bagaimana penyampaian pesan dapat memotivasi audiens. Namun, penelitian saya akan lebih fokus pada teknik dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		dalam dakwahnya memberikan inspirasi tidak hanya kepada santri, tetapi juga kepada masyarakat umum.	strategi spesifik yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim dalam konteks media sosial, serta bagaimana elemen-elemen tersebut beradaptasi dengan platform digital.
--	--	---	--

B. Landasan Teori

Untuk memahami landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti akan memaparkan beberapa teori yang relevan dengan penelitian mengenai "Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim dalam Menyampaikan Pesan Dakwah di Media Sosial." Teori-teori ini akan membantu menjelaskan konsep-konsep retorika dalam penyampaian pesan dakwah yang efektif.

1. Retorika

a. Pengertian Retorika

Retorika dalam pandangan Aristoteles, merupakan seni berbicara yang menekankan kemampuan untuk meyakinkan pendengar melalui argumentasi yang terstruktur dan persuasif. Aristoteles mendefinisikannya sebagai “kemampuan untuk melihat sarana persuasi yang tersedia dalam setiap situasi tertentu.” Aristoteles memandang retorika sebagai alat yang memiliki tiga dimensi utama yaitu; Ethos (kredibilitas dan karakter pembicara), Pathos (kemampuan membangkitkan emosi pendengar), Logos (kekuatan logika dan penalaran dalam argumentasi). (Dhia et al., 2024a)

Retorika menurut perspektif Aristoteles dipahami sebagai seni dalam menyusun argumen dan pidato yang berfungsi sebagai sarana bagi pembicara untuk membujuk audiensnya melalui penemuan berbagai metode persuasi dalam setiap kasus. Secara sistematis, teori ini bersandar pada tiga bukti retorika utama: ethos yang berkaitan dengan kredibilitas dan karakter pembicara; pathos yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memanfaatkan keterlibatan emosi pendengar; serta logos yang menggunakan argumen logis, fakta, dan bahasa yang jelas. Aristoteles membagi retorika ke dalam tiga kategori, yakni retorika deliberatif yang berorientasi pada masa depan dan motivasi tindakan, retorika forensik yang mengkaji kebenaran masa lalu, serta retorika epideiktik yang berfungsi membentuk pandangan masa kini melalui pujian atau celaan. Untuk memastikan efektivitasnya, terdapat lima kanon retorika yang menjadi standar kualitas komunikator, yang meliputi penemuan (*invention*), pengaturan (*arrangement*), gaya (*style*), penyampaian (*delivery*), dan ingatan (*memory*). (Dhia et al., 2024b)

Menurut Barthes, dalam setiap proses komunikasi, tanda tidak hanya terdiri dari elemen linguistik atau visual, melainkan juga dari proses pembentukan makna yang sistematis (Roland, 1964). Barthes menjelaskan bahwa mitos tidak dibatasi oleh objek atau isi pesannya, melainkan ditentukan oleh cara pesan itu disampaikan (Roland, 1957).

Retorika bukanlah sekadar teknik manipulasi, melainkan seni untuk mengungkapkan kebenaran dengan cara yang paling efektif dan meyakinkan. Aristoteles percaya bahwa kemampuan retorika yang baik merupakan bagian penting dalam kehidupan bermasyarakat, berpolitik, bahkan dalam berdakwah. Retorika melibatkan pemilihan kata, ungkapan, dan gaya bahasa yang tepat untuk menarik perhatian pendengar, secara keseluruhan, retorika adalah keterampilan penting yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan lebih persuasif dan efektif dalam berbagai situasi (In Marta, 2010).

Dengan menguasai retorika, seseorang dapat menyampaikan gagasannya secara terstruktur, memikat perhatian audiens, dan pada akhirnya mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan pesan yang disampaikan.

b. Tujuan Retorika

Tujuan utama retorika adalah untuk mempengaruhi dan meyakinkan audiens melalui penggunaan bahasa yang efektif. Retorika bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, sehingga dapat membangkitkan emosi dan merangsang pemikiran pendengar. Selain itu, retorika juga berfungsi untuk mengedukasi audiens, memberikan informasi yang relevan, dan mendorong tindakan tertentu berdasarkan argumen yang disampaikan (I Sutrisno, I Wiendijarti, 2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Retorika memiliki beberapa tujuan penting yang saling terkait. Pertama, ia bertujuan untuk mempengaruhi audiens dengan cara yang persuasif, menggunakan bahasa yang dirancang untuk menarik perhatian.

Melalui teknik-teknik retorik, pembicara dapat menyampaikan pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menggugah emosi pendengar, sehingga menciptakan koneksi yang lebih dalam. Selain itu, retorika berfungsi sebagai alat pendidikan, di mana informasi yang disampaikan dapat memperluas wawasan dan pengetahuan audiens. Dengan demikian, retorika tidak hanya sekadar seni berbicara, tetapi juga merupakan sarana untuk mendorong audiens agar mengambil tindakan yang diinginkan berdasarkan argumen yang telah disampaikan.

c. Fungsi Retorika

Retorika pada hakikatnya menyediakan kerangka solid yang membekali komunikator dengan perangkat pengetahuan dan panduan strategis untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif (Sulistyarni, D., & Zainal, A. G. (2020). Sebagai jembatan penghubung ide dan aksi, retorika memfasilitasi transfer pemikiran dari satu pikiran ke pikiran lainnya dengan cara yang terstruktur dan sistematis.

Dalam praktek komunikasi persuasif, retorika berfungsi sebagai kompas pengarah yang memudahkan penutur mengkonstruksi pesan, mengolah argumen, dan mengartikulasikan gagasan sehingga tersampaikan dengan daya penetrasi optimal kepada audiens. Retorika tidak sekadar membantu penyampaian informasi, tetapi lebih jauh mengaktifkan respons dan mendorong perubahan sikap pada penerima pesan.

Beberapa unsur fundamental dalam retorika yang menentukan keberhasilan komunikasi persuasif meliputi (Gobel & Usman, 2025):

1) Bahasa sebagai Medium Utama

Bahasa merupakan kendaraan pemikiran yang harus disesuaikan dengan lanskap kognitif audiens. Pemilihan ragam bahasa apakah bahasa daerah, nasional, atau kombinasi keduanya perlu mempertimbangkan konteks sosial, tingkat formalitas acara, dan karakteristik demografis pendengar. Bahasa menjadi faktor determinan yang menjembatani jarak antara pembicara dan audiens, menciptakan resonansi intelektual dan emosional yang memungkinkan terjadinya penyerapan pesan secara mendalam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Keterampilan Pengolahan Bahasa

Penutur yang efektif tidak hanya menggunakan bahasa, tetapi menguasai seni memanipulasi struktur bahasa untuk menciptakan kejelasan, ketepatan, dan kekuatan persuasif. Penggunaan bahasa yang baik komunikatif, terstruktur, dan mudah dicerna dikombinasikan dengan penggunaan bahasa yang benar mengikuti kaidah linguistik dan etika berbahasa menciptakan harmoni komunikasi yang meningkatkan kredibilitas dan daya pengaruh pembicara.

3) Penguasaan Substansi Materi

Kedalaman pengetahuan terhadap substansi materi menjadi fondasi bagi konstruksi argumentasi yang solid. Seorang komunikator, khususnya dalam konteks dakwah, perlu memiliki pemahaman komprehensif terhadap materi yang disampaikan, termasuk aspek teoretis, praktis, dan kontekstualnya dalam kehidupan audiens. Penguasaan ini memungkinkan penutur untuk berimprovisasi, merespons pertanyaan, dan mengadaptasi pesan sesuai dengan kebutuhan situasional, sehingga menciptakan strategi komunikasi yang efektif dan efisien

4) Ketajaman Nalar dan Artikulasi Logika

Kemampuan berpikir analitis, sistematis, dan kritis merupakan aset berharga dalam retorika. Seorang komunikator yang cerdas mampu menghubungkan berbagai konsep, mengidentifikasi pola, dan mengonstruksi argumen yang persuasif. Kecerdasan ini tidak sekadar kemampuan kognitif pasif, melainkan manifestasi aktif dalam bentuk kemampuan beradaptasi dengan konteks komunikasi, mengantisipasi respons audiens, dan mengartikulasikan pemikiran dengan presisi dan kejelasan yang tinggi. Al-kiyasah kemampuan mengoptimalkan akal untuk mencapai sasaran komunikasi menjadi instrumen vital dalam menyampaikan pesan dengan tepat sasaran, terhindar dari ambiguitas, dan terjauh dari kekeliruan argumentasi.

Retorika modern tidak lagi dipandang sebagai sekadar seni berbicara, tetapi berkembang menjadi disiplin ilmu yang mengintegrasikan aspek linguistik, psikologi, sosiologi, dan filsafat untuk menciptakan interaksi komunikasi yang bermakna dan transformatif. Dalam era informasi yang semakin kompleks, penguasaan retorika menjadi keterampilan esensial (Wulan et al., n.d.) bagi siapapun yang ingin memengaruhi perubahan, baik dalam skala individual maupun sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Manfaat Retorika

Retorika menawarkan sejumlah manfaat yang sangat berharga dalam berbagai aspek kehidupan. Pertama-tama, keterampilan retorika memungkinkan individu untuk berkomunikasi dengan lebih jelas dan persuasif, baik dalam situasi formal maupun informal. Saputra, (R. A. V. W., Kom, S. I., & Kom, M. I. 2024). Retorika: Teori dan teknik praktis seni berbicara di era digital. wawasan Ilmu. Dengan kemampuan ini, seseorang dapat menyampaikan ide dan pendapatnya dengan cara yang lebih menarik, sehingga lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, retorika juga memberikan alat bagi individu untuk menyusun argumen yang solid dan meyakinkan, yang sangat penting dalam konteks debat, presentasi, atau negosiasi.

Manfaat lainnya adalah kemampuan untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata orang lain. Dalam dunia profesional, misalnya, seorang pemimpin yang mahir dalam retorika dapat menginspirasi timnya dan menciptakan lingkungan kerja yang positif. Terakhir, pemahaman yang mendalam tentang retorika juga dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis, karena individu dilatih untuk menganalisis, mengevaluasi, dan merespons argumen dengan cara yang lebih terstruktur dan logis. Dengan demikian, retorika bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi juga merupakan keterampilan penting yang dapat memperkaya interaksi sosial dan profesional.

Retorika memiliki berbagai manfaat yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Pertama, retorika membantu individu untuk berkomunikasi dengan lebih efektif, baik dalam konteks lisan maupun tulisan. Kedua, keterampilan retorika memungkinkan seseorang untuk menyusun argumen yang kuat dan meyakinkan, yang sangat berguna dalam debat atau presentasi. Selain itu, retorika juga berperan dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas, baik di lingkungan profesional maupun sosial. Terakhir, pemahaman tentang retorika dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis, karena individu diajarkan untuk menganalisis dan mengevaluasi argumen secara lebih mendalam (A Fikry, 2020).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Teori Retorika Dakwah

Adapun beberapa dasar konseptual yang memperkuat teori retorika dakwah dalam penelitian ini antara lain mencakup, MS Udin Retorika dakwah merupakan ilmu dan seni dalam menyampaikan pesan agama secara lisan yang bertujuan untuk memengaruhi dan menggugah hati mad'u, baik secara emosional maupun intelektual. Retorika bukan sekadar keterampilan berbicara, tetapi mencakup kemampuan menyusun pesan yang komunikatif, menyentuh, dan persuasif agar dakwah menjadi lebih efektif dan membekas dalam kesadaran audiens (MS. Udin, 2019). Menurut Sunarto, Retorika dakwah merupakan perpaduan antara seni dan ilmu dalam menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif, baik secara lisan maupun tulisan. (Sunarto, 2014). Menurut Suisyanto, Retorika dakwah merupakan seni dan ilmu dalam mengungkapkan pesan keislaman melalui lisan secara persuasif, dengan tujuan agar audiens yakin terhadap kebenaran ajaran yang disampaikan. Dalam perspektif ini, retorika bukan hanya tentang teknik berbicara, melainkan juga mencakup kemampuan menyusun argumen yang logis dan menggugah emosi, sehingga pesan dakwah dapat diterima secara efektif oleh mad'u. (Suisyanto, 2020: 2-3)

Retorika dakwah dalam Islam pada hakikatnya merupakan seni dan strategi menyampaikan pesan kebenaran Islam dengan cara yang bijaksana, menyentuh hati, dan sesuai dengan kondisi audiens (mad'u). Al-Qur'an tidak hanya memerintahkan umat Islam untuk berdakwah, tetapi juga mengajarkan cara atau metode komunikasi dakwah yang efektif dan penuh hikmah.

Berikut adalah konsep retorika dakwah menurut Al-Qur'an:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk. (QS. An-Nahl:125)

Ayat diatas menjadi landasan dalam memahami metode dan retorika dakwah dalam Islam. Di dalamnya terdapat tiga prinsip mendasar dalam menyampaikan pesan dakwah yang efektif:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Bil Hikmah

Dakwah bil hikmah mengandung makna menyampaikan ajaran Islam dengan kebijaksanaan, menggunakan pendekatan yang logis, argumentatif, dan sesuai dengan tingkat pemahaman audiens. Hikmah mencakup kemampuan memahami kondisi mad'u, memilih waktu yang tepat, serta menyampaikan dakwah secara cerdas tanpa memicu penolakan atau kebencian. Retorika yang bersandar pada hikmah menunjukkan kedalaman ilmu dan kelapangan hati seorang dai.

2) Al-Mau'izhah Al-Hasanah

Pelajaran atau nasihat yang baik mengacu pada penggunaan bahasa yang lembut, menyentuh hati, dan penuh kasih sayang. Dalam pendekatan ini, retorika dakwah harus mengandung nilai moral, spiritualitas, dan pendekatan emosional. Seorang dai hendaknya tidak hanya menyampaikan argumen logis, tetapi juga menginspirasi, menenangkan hati, dan menggugah kesadaran batin audiens.

3) Mujadalah Bi al-Lati Hiya Ahsan

Ketika menghadapi perbedaan pendapat atau tantangan dari pihak lain, seorang dai diperintahkan untuk berdialog atau berdebat dengan cara yang paling baik. Ini berarti menggunakan bahasa yang santun, menghindari konfrontasi yang kasar, dan tetap menjunjung tinggi etika dalam komunikasi. Tujuannya bukan untuk menang, tetapi untuk membimbing, menjernihkan kesalahpahaman, dan menunjukkan kebenaran dengan cara yang adil dan elegan.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا... ٤٤

Artinya : Maka berbicaralah kepada Firaun dengan kata-kata yang lemah lembut. (QS. Thaha:44)

Prinsip ini menegaskan bahwa bahkan kepada orang yang paling zalim sekalipun, pendekatan lembut tetap harus digunakan. Dalam retorika dakwah, pilihan diksi, intonasi, dan ekspresi harus mencerminkan kelembutan dan rahmat Islam.

وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا ٦٣

Artinya : ...maka berbicaralah kepada mereka dengan perkataan yang berkesan (baligha). (QS. An-Nisa':63)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Qawlan baligha berarti ucapan yang fasih, padat, dan berkesan. Dalam konteks dakwah, istilah ini merujuk pada gaya penyampaian pesan yang tidak hanya jelas dan logis, tetapi juga mampu menyentuh emosi serta kesadaran spiritual audiens. Prinsip ini menekankan pentingnya menyampaikan kebenaran dengan cara yang menyentuh dan membekas di hati pendengar.

Menurut Quraish Shihab dalam Tafsir al-Mishbah, qawlan baligha adalah ucapan yang disampaikan secara lembut namun tegas, menyentuh akal dan hati, serta mampu menggugah kesadaran audiens menuju perubahan. Ia menjelaskan bahwa dakwah harus tidak hanya informatif secara rasional, tetapi juga persuasif secara emosional dan spiritual, agar pesan yang disampaikan benar-benar membekas dalam diri pendengar.

Dari beberapa teori diatas, penelitian ini menggunakan teori Quraish Shihab tentang qawlan baligha sebagai pendukung dalam menganalisis keberhasilan retorika dakwah buya Arrazy Hasim, karena dalam menyampaikan dakwah, seorang dai perlu mempertimbangkan kekuatan ucapan yang tidak hanya logis dan jelas, tetapi juga menyentuh hati, disampaikan dengan kelembutan yang tegas, serta mampu membangkitkan kesadaran dan perubahan dalam diri audiens.

a) Menyentuh Akal dan Hati

Ucapan yang menyentuh akal berarti logis, terstruktur, dan berbasis dalil. Sementara itu, menyentuh hati berarti mengandung empati, keikhlasan, dan spiritualitas yang dapat menggerakkan emosi pendengar.(Ambo Dalle & Tobroni Tobroni, 2024) Dalam konteks retorika dakwah, indikator ini menunjukkan bahwa dai harus mampu menggabungkan argumentasi rasional dan sentuhan emosional, sehingga pesan dakwah dapat dipahami dan dirasakan secara menyeluruh.

Dalam dakwah Buya Arrazy Hasyim, konten dakwah yang disampaikan tidak hanya memberikan pemahaman intelektual, tetapi juga menyentuh sisi ruhani audiens melalui kisah, tafsir mendalam, dan suara yang menenangkan.

b) Lembut Namun Tegas

Qawlan baligha menuntut dai untuk bersikap santun dalam penyampaian, tetapi tetap konsisten dan tegas dalam prinsip kebenaran. Gaya dakwah seperti ini menunjukkan kematangan retorik tidak kasar atau menggurui, namun tetap kuat dalam pesan.(Achmadin, 2023)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam retorika dakwah Buya Arrazy, beliau sering terlihat menghindari perdebatan keras, namun tetap menyampaikan prinsip akidah dan syariah dengan keteguhan argumentasi yang tidak mudah digoyahkan.

c) Membangkitkan Kesadaran dan Perubahan

Perkataan yang baligh bukan hanya memberi informasi, tetapi juga mampu menggerakkan hati untuk berubah baik dari sikap, perilaku, maupun keyakinan. Inilah puncak dari retorika dakwah: mengajak, bukan memaksa; mengubah, bukan hanya menyampaikan. (Rahmawati et al., 2024)

Video Buya Arrazy di media sosial seringkali mendapat respons yang menunjukkan refleksi diri dari penontonnya. Hal ini sesuai dengan konsep qawlan baligha yang mempengaruhi kesadaran dan membawa perubahan.

2. Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dakwah, yang berasal dari kata Arab “da’a” yang berarti menyeru atau mengajak, memiliki makna yang lebih dalam dalam konteks Islam. Secara umum, dakwah adalah usaha yang dilakukan untuk mengajak individu atau masyarakat kepada kebaikan dan memperkenalkan ajaran Islam. Ini bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga mencakup proses pendidikan dan pembinaan karakter yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari (Abdullah, 2019).

Perintah Rasulullah saw. agar umatnya “sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat” merupakan bentuk dorongan kuat bagi setiap Muslim untuk turut serta dalam menyebarkan ajaran Islam, meskipun hanya dalam bentuk ilmu yang sederhana. Ajakan ini menegaskan bahwa dakwah merupakan kewajiban universal bagi seluruh umat Islam, bukan hanya bagi para ulama atau dai, tetapi juga bagi setiap individu sesuai dengan kapasitas, pemahaman, dan kemampuannya masing-masing.

Seruan ini mengandung makna bahwa Islam memberikan tanggung jawab dakwah kepada semua umatnya secara proporsional, tanpa membebani seseorang melebihi batas kemampuannya. Dakwah bukan hanya dilakukan di mimbar atau forum keagamaan, melainkan juga bisa dilakukan dalam kehidupan sehari-hari melalui perkataan yang baik, perilaku yang mencerminkan akhlak Islami, maupun

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui media digital dan media sosial di era sekarang (Abdullah Nasih 'Ulwan, 1986: 7-21 & Muhammad Amin Husain, 1986: 18-19).

Dakwah dapat dilakukan melalui berbagai saluran, baik secara langsung melalui interaksi tatap muka maupun melalui media massa seperti buku, radio, televisi, dan internet. Metode yang digunakan dalam dakwah sangat bervariasi, mulai dari ceramah, diskusi, hingga penggunaan media sosial yang semakin populer di kalangan generasi muda.

Dakwah dapat diartikan sebagai usaha untuk menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat, dengan tujuan utama mengajak, mendidik, dan membimbing mereka menuju pemahaman yang benar sesuai dengan prinsip-prinsip agama. Dalam hal ini, dakwah tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga mencakup proses pengembangan karakter dan peningkatan kesadaran spiritual. Kegiatan dakwah dapat dilakukan melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun melalui media lainnya, serta melibatkan berbagai metode komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Muhaemin, 2017).

b. Pelaku Dakwah

Pelaku dakwah yaitu dikenal sebagai Da'i, merupakan sosok yang memiliki peran penting dalam menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat. Tugas utama mereka adalah menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang jelas dan menarik, serta memberikan bimbingan kepada umat untuk memahami dan mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari (Achmad et al., n.d.)

Seorang Da'i tidak hanya dituntut untuk memiliki pengetahuan yang mendalam tentang ajaran agama, tetapi juga harus menguasai keterampilan komunikasi yang efektif. (Indriyani et al., 2025) Ini termasuk kemampuan untuk berbicara di depan umum, mendengarkan dengan baik, dan menjawab pertanyaan atau keraguan yang mungkin dimiliki oleh audiens. Selain itu, pelaku dakwah perlu memiliki empati dan kepekaan terhadap kondisi sosial dan budaya masyarakat yang mereka hadapi, sehingga mereka dapat menyesuaikan pendekatan dakwah yang digunakan.

Dalam era modern ini, pelaku dakwah juga dituntut untuk memanfaatkan berbagai media dan teknologi informasi, seperti media sosial, untuk menjangkau audiens yang lebih luas. (Jaya & Pratama, 2023) Dengan cara ini, mereka dapat menyebarkan pesan-pesan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

positif dan nilai-nilai Islam kepada generasi muda yang lebih banyak menghabiskan waktu di dunia digital.

c. Mitra Dakwah

Mitra dakwah mencakup seluruh umat manusia, tanpa memandang gender, usia, status ekonomi, atau latar belakang agama. (Sudirman & Susilawaty, 2022) Setiap orang berhak menerima ajakan dan seruan untuk mengikuti jalan Allah. Oleh karena itu, penting bagi pendakwah untuk memahami karakteristik dan latar belakang mitra dakwah agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

Mitra dakwah berfungsi sebagai tolak ukur efektivitas dakwah. Pendakwah harus mampu menyesuaikan cara penyampaian pesan sesuai dengan tingkat pemahaman dan kebutuhan mitra dakwah. (Rusdi & Aisyah, 2024) Hal ini penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah dapat dipahami dan diterima dengan baik, sehingga dapat memberikan dampak positif dalam kehidupan mereka.

Mitra dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam proses penyebaran nilai-nilai agama. Mereka bukan hanya sekadar penerima pesan, tetapi juga dapat memberikan umpan balik yang berharga bagi pendakwah. Dalam konteks ini, pendakwah perlu memahami bahwa setiap mitra dakwah memiliki latar belakang yang unik, yang mempengaruhi cara mereka menerima dan memahami pesan yang disampaikan.

d. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan inti dari aktivitas dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u. Berupa pesan yang berisi tentang ajaran-ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah, serta materi lain yang relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari (K Kamaluddin, 2016).

Pesan dakwah memiliki peranan yang sangat vital dalam keberhasilan suatu kegiatan dakwah. Sebuah dakwah dianggap efektif jika pesan yang disampaikan bersifat informatif, edukatif, dan solutif bagi masyarakat. Oleh karena itu, persiapan yang matang dalam menyusun pesan dakwah sangat diperlukan agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Pesan dakwah harus disusun dengan mempertimbangkan relevansi, konsistensi, dan kecukupan. Relevansi berarti pesan harus sesuai dengan kondisi dan kebutuhan mad'u. Konsistensi mengacu pada keselarasan antara pesan yang disampaikan dengan tujuan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dakwah. Kecukupan berarti materi yang disampaikan harus cukup untuk membantu mad'u memahami dan mengamalkan ajaran yang disampaikan.

e. Media Dakwah

Kata "media" berasal dari bahasa Latin, yaitu "median," yang merupakan bentuk jamak dari "medium." Secara etimologis, istilah ini berarti alat atau perantara. Menurut Wilbur Schramm, media didefinisikan sebagai teknologi informasi yang dapat dimanfaatkan dalam proses pengajaran. Lebih spesifik lagi, media merujuk pada alat-alat fisik yang digunakan untuk menjelaskan isi pesan atau materi pengajaran, seperti buku, film, video kaset, slide, dan berbagai bentuk lainnya (Samsul Munir Amin, 2009).

Secara terminologi dalam bahasa Arab, media atau "wasilah" dapat diartikan sebagai "al-wushlah, at-tishad," yang merujuk pada segala sesuatu yang dapat mengantarkan seseorang kepada tujuan yang diinginkan (Enjang AS, 2009). Dalam konteks dakwah, media (wasilah) berfungsi sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah, yaitu ajaran-ajaran Islam, kepada mad'u atau audiens yang menjadi sasaran dakwah (Moh. Ali Aziz, 2004).

Media dakwah memiliki peranan yang sangat penting dalam proses penyebaran ajaran Islam. Dengan menggunakan berbagai jenis media, pendakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Media dakwah tidak hanya terbatas pada bentuk fisik seperti buku dan pamflet, tetapi juga mencakup teknologi modern seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile.

Penggunaan media yang tepat dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Misalnya, media sosial memungkinkan pendakwah untuk berinteraksi secara langsung dengan mad'u, memberikan ruang bagi diskusi dan tanya jawab, serta memperluas jangkauan pesan dakwah ke berbagai kalangan, termasuk generasi muda yang lebih aktif di dunia digital.

Media dakwah mencakup berbagai bentuk alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan agama atau nilai-nilai moral kepada orang lain, dengan tujuan mengajak mereka untuk lebih mendekatkan diri kepada ajaran yang disampaikan. Media dakwah dapat terdiri dari berbagai jenis, antara lain:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Ceramah dan Khutbah: Penyampaian pesan secara lisan oleh ulama, da'i, atau pemimpin komunitas dalam bentuk ceramah di masjid, majelis taklim, atau acara keagamaan lainnya, seperti khutbah Jumat di masjid.
Tulisan: Berupa artikel, buku, brosur, pamflet, dan publikasi lainnya yang membahas isu-isu agama atau moralitas, yang disebarkan kepada masyarakat untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam.
- 2) Media Sosial: Pemanfaatan platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan lainnya untuk menyebarkan pesan dakwah melalui berbagai format, termasuk video, tulisan, gambar, atau siaran langsung.
- 3) Radio dan Televisi: Program-program dakwah yang disiarkan melalui radio dan televisi, baik dalam bentuk ceramah, diskusi, maupun acara keagamaan lainnya.
- 4) Film dan Video: Produksi film, video pendek, atau dokumenter yang mengangkat tema-tema agama atau moralitas, yang kemudian disebarkan kepada masyarakat melalui berbagai saluran distribusi.
- 5) Internet: Penggunaan situs web, blog, forum diskusi, atau platform e-learning yang menyediakan konten dakwah dalam berbagai format untuk diakses oleh masyarakat luas.

3. Retorika Dakwah

a. Teori Retorika Dakwah

Retorika dakwah merupakan perpaduan antara seni berbicara dan strategi komunikasi dalam menyampaikan pesan keagamaan secara efektif dan persuasif. Dalam konteks dakwah Islam, retorika tidak hanya sekadar kemampuan berbicara di depan umum, tetapi juga mencakup keahlian dalam menyusun, menyampaikan, dan mengatur pesan dakwah agar dapat menyentuh nalar dan perasaan audiens. Oleh karena itu, retorika dakwah adalah sarana penting bagi seorang da'i untuk memengaruhi, menyadarkan, dan mengajak masyarakat menuju nilai-nilai Islam (MS. Udin, 2019).

Retorika menjadi bagian penting dari ilmu komunikasi dakwah, karena dalam menyampaikan ajaran Islam, seorang dai tidak cukup hanya menguasai materi keagamaan, tetapi juga harus mampu menyampaikannya dengan metode yang menarik, santun, dan menyentuh hati. Dalam hal ini, keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan retorik seorang da'i dalam memilih gaya bahasa, logika penyampaian, dan empati

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap kondisi mad'u (audiens). Maka, retorika dakwah menjadi medium yang menjembatani pesan Ilahi dengan pemahaman dan penerimaan masyarakat.

Mitra dakwah (mad'u) adalah unsur penting dalam proses komunikasi dakwah yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan keagamaan. Efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh pemahaman dai terhadap karakteristik mad'u yang menjadi sasaran dakwahnya. Seorang pendakwah tidak hanya bertugas menyampaikan pesan, tetapi juga harus mampu memastikan bahwa pesan tersebut diterima, dipahami, dan tidak disalahartikan oleh mad'u. (Niamulloh, 2020)

b. Penerapan Teori Retorika Klasik dalam Komunikasi Dakwah Modern

Teori retorika merupakan salah satu fondasi tertua dalam ilmu komunikasi yang fokus pada seni persuasi atau upaya memengaruhi khalayak melalui tutur kata. (Aristoteles, 2007) dalam karya monumentalnya *On Rhetoric: A Theory of Civic Discourse*, mendefinisikan retorika sebagai kemampuan untuk melihat perangkat persuasi yang tersedia dalam setiap kasus tertentu. Dalam konteks dakwah, retorika bukan sekadar teknik bicara di depan umum, melainkan sebuah manajemen pesan strategis yang bertujuan untuk mengajak mad'u menuju jalan kebaikan. (Kennedy 1994) menegaskan bahwa sejarah retorika klasik memberikan pemahaman bahwa kekuatan sebuah pesan tidak hanya terletak pada apa yang dikatakan, tetapi pada bagaimana pesan itu dikemas dan siapa yang menyampaikannya. Hal ini menjadi sangat relevan dalam era digital saat ini, di mana seorang pendakwah harus mampu bersaing dengan jutaan informasi lain di media sosial seperti Instagram.

Komponen utama dalam retorika Aristotelian terdiri dari tiga pilar yaitu ethos, pathos, dan logos. Ketiga elemen ini merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dalam membangun komunikasi yang efektif. (Simons dan Jones, 2011) menjelaskan bahwa persuasi dalam masyarakat modern tetap bergantung pada integrasi harmonis antara karakter komunikator, keterikatan emosional dengan audiens, dan bukti-bukti logis yang dihadirkan. Dalam aktivitas dakwah, seorang dai tidak cukup hanya memiliki kecerdasan intelektual, tetapi juga harus memiliki integritas moral yang diakui oleh jamaahnya agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

- 1) **Elemen pertama**, yakni Ethos, merujuk pada kredibilitas atau karakter pembicara yang dirasakan oleh audiens. (Aristotle, 2007) merinci bahwa ethos dibangun melalui tiga indikator utama, yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

phronesis (kecerdasan/keahlian), *arete* (karakter moral), dan *eunoia* (niat baik). Dalam praktiknya, *phronesis* seorang pendakwah tercermin dari kedalaman ilmunya dalam mengutip sumber-sumber otoritatif seperti Al-Qur'an, Hadis, dan kitab-kitab klasik. (Herrera, 2012) menyatakan bahwa dalam wacana kontemporer, ethos digital juga dipengaruhi oleh bagaimana seorang komunikator menampilkan identitas visual dan konsistensi pesannya di ruang siber. Sementara itu, *arete* atau kebajikan moral menunjukkan bahwa sang dai memiliki akhlak yang sesuai dengan nilai-nilai yang ia sampaikan, dan *eunoia* menjamin bahwa dakwah tersebut disampaikan semata-mata untuk kemaslahatan umat, bukan untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu.

- 2) **Elemen kedua** adalah Pathos, yaitu daya tarik emosional yang ditujukan untuk menggerakkan perasaan audiens. Retorika yang sukses harus mampu menyesuaikan suasana batin pendengar agar mereka berada dalam kondisi psikologis yang tepat untuk menerima pesan. (Rakhmat, 2018) dalam bukunya Retorika Modern: Pendekatan Praktis, menekankan bahwa manusia sering kali lebih mudah tergerak oleh perasaan dari pada logika murni. Oleh karena itu, penggunaan diksi yang menyentuh batin, penggunaan metafora, dan penyampaian kisah-kisah yang inspiratif merupakan instrumen pathos yang sangat kuat. Dalam dakwah digital, pathos dapat diwujudkan melalui intonasi suara yang menenangkan atau pemilihan latar musik dan visual yang mendukung kedalaman makna pesan tasawuf yang disampaikan oleh Buya Arrazy Hasyim. (Thompson, 1995) mengingatkan bahwa media modern menciptakan “keintiman non-fisik”, di mana audiens merasa memiliki kedekatan personal dengan tokoh yang mereka tonton di layar ponsel, sehingga kekuatan emosional menjadi kunci utama dalam menjaga loyalitas pengikut di media sosial.
- 3) **Elemen ketiga** adalah Logos, yang berkaitan dengan pembuktian logis atau penalaran dalam isi pesan. Retorika tidak boleh hanya mengandalkan pesona pribadi atau emosi semata, tetapi harus didukung oleh argumen yang masuk akal (*rational appeal*). (Aristotle, 2007) menjelaskan penggunaan *enthymeme* (*silogisme retorik*) dan analogi sebagai alat utama dalam logos. Analogi merupakan teknik menyederhanakan konsep yang sulit dengan membandingkannya dengan hal-hal yang sudah dikenal oleh audiens. Dalam kajian manajemen dakwah, penggunaan analogi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kontemporer merupakan bentuk kreativitas strategis agar pesan teologis yang berat menjadi mudah dicerna oleh generasi milenial. (Herrera, 2012) menambahkan bahwa logos berfungsi untuk memberikan legitimasi intelektual atas pesan yang disampaikan, sehingga audiens tidak hanya merasa tersentuh secara perasaan, tetapi juga merasa yakin secara akal pikiran.

Penerapan ketiga elemen ini di media sosial membawa tantangan tersendiri bagi manajemen dakwah. (Thompson, 1995) menguraikan bahwa media digital telah mengubah cara interaksi simbolik terjadi; komunikator dakwah kini harus mampu mengelola kesan dalam waktu yang sangat singkat. Hal ini selaras dengan pemikiran (Rakhmat, 2018) yang menyebutkan bahwa retorika modern memerlukan efisiensi kata dan kekuatan visual. Seorang pendakwah seperti Buya Arrazy Hasyim menggunakan akun Instagram bukan sekadar sebagai alat siar, melainkan sebagai ruang manajemen identitas keulamaan (ethos), ruang mediasi rasa (pathos), dan ruang dialektika pemikiran (logos) bagi masyarakat luas.

Secara teoritis, keberhasilan dakwah di media sosial ditentukan oleh sejauh mana sang dai mampu menjaga keseimbangan antara ketiga pilar retorika tersebut. Terlalu fokus pada logos akan membuat dakwah terasa kaku dan sulit dipahami awam, sementara terlalu fokus pada pathos berisiko membuat dakwah hanya menjadi hiburan emosional tanpa kedalaman ilmu. Begitu pula jika hanya mengandalkan ethos, dakwah mungkin akan disegani namun tidak akan relevan dengan dinamika sosial yang ada. (Simons dan Jones, 2011) menegaskan bahwa dalam masyarakat yang banjir informasi, kredibilitas yang dibangun melalui karakter yang kuat (ethos), yang didukung oleh alasan yang jelas (logos), dan disampaikan dengan penuh empati (pathos), adalah formula paling efektif dalam setiap upaya komunikasi persuasif. Dengan demikian, penggunaan teori retorika klasik dalam membedah fenomena dakwah modern adalah sebuah keharusan akademis untuk mengungkap struktur di balik keberhasilan pesan-pesan keagamaan di ruang publik digital.

4. Dakwah Multimedia

Dakwah multimedia adalah bentuk penyampaian ajaran Islam yang memanfaatkan berbagai platform dan teknologi digital sebagai sarana komunikasi dakwah. Multimedia dalam konteks ini mencakup penggunaan internet, video, audio, teks, gambar, animasi, hingga interaktivitas media sosial yang memungkinkan jangkauan dakwah menjadi lebih luas dan fleksibel (Effendy et al., 2023). Dakwah yang disampaikan melalui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

multimedia dapat hadir dalam bentuk konten YouTube, unggahan Instagram, video TikTok, podcast, hingga blog dakwah.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, dakwah multimedia menjadi solusi strategis bagi para da'i dalam menjangkau mad'u lintas usia, latar belakang, dan wilayah geografis. (Irawan, D. 2025). Hal ini memungkinkan pesan-pesan keislaman tidak hanya tersampaikan secara cepat dan efektif, tetapi juga dikemas dengan cara yang menarik, relevan, dan sesuai dengan preferensi generasi digital. Dakwah multimedia tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu, serta memberi peluang bagi umat Islam untuk mengakses nilai-nilai agama dalam rutinitas keseharian mereka, baik di rumah, di tempat kerja, maupun dalam perjalanan.

Dalam konteks penelitian ini, dakwah multimedia menjadi ruang strategis bagi pendakwah seperti Buya Arrazy Hasyim untuk membangun komunikasi dakwah yang retoris dan bermakna melalui pendekatan simbolik dan spiritual. Pemanfaatan platform digital oleh Buya Arrazy menunjukkan bahwa dakwah multimedia tidak hanya menjadi alat teknologis, melainkan juga medium budaya dan spiritual yang membuka peluang penguatan makna keislaman di era global.

5. Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah

Media sosial saat ini telah berkembang menjadi salah satu sarana yang paling efektif dalam menyampaikan dakwah Islam. Perkembangannya yang pesat dan jangkauannya yang luas membuat media sosial mampu menjadi wadah penyebaran pesan keislaman kepada berbagai lapisan masyarakat, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Namun demikian, pemanfaatan media sosial dalam konteks dakwah perlu dilakukan secara bijak, dengan memperhatikan etika dan norma bermedia digital (Nurfitria & Arzam, 2022). Pendakwah harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap mencerminkan nilai-nilai ajaran Islam serta tidak menimbulkan kontroversi atau konflik.

Dalam konteks ini, media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga platform dakwah yang memungkinkan interaksi dua arah antara da'i dan mad'u. Maka, kehadiran da'i seperti Buya Arrazy Hasyim di media sosial merupakan bentuk adaptasi dakwah Islam terhadap kemajuan teknologi informasi. Melalui media sosial, Buya Arrazy tidak hanya mentransmisikan ilmu agama, tetapi juga membangun kedekatan spiritual dengan masyarakat digital melalui pesan-pesan yang penuh hikmah, simbolik, dan menyentuh aspek ruhani umat.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan suatu struktur konseptual yang dirancang untuk menggambarkan arah, fokus, dan hubungan antar variabel atau komponen utama dalam suatu penelitian.(Hanifah et al., 2025) Kerangka ini berfungsi sebagai dasar berpikir logis dan sistematis yang akan memandu peneliti dalam merancang, melaksanakan, dan menganalisis penelitian yang dilakukan.

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis bagaimana bentuk dan strategi retorika yang digunakan oleh Buya Arrazy Hasyim dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna yang mendalam dari setiap pesan dakwah yang disampaikan, serta menelusuri konstruksi simbolik dan komunikasi retorik yang muncul dalam konten dakwah. Pendekatan kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci, dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), serta menekankan makna lebih dari sekadar generalisasi data (Sugiyono, 2013).

Dalam prosesnya, penelitian ini juga mengadopsi metode netnografi, yaitu bentuk etnografi digital yang dilakukan dengan mengamati interaksi dan konten dalam komunitas daring. Netnografi digunakan untuk menelusuri aktivitas dakwah Buya Arrazy Hasyim yang tersebar di platform media sosial Instagram. Melalui metode ini, peneliti mengkaji data digital yang tersedia secara publik dan dapat diakses bebas oleh siapa saja. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana media sosial berperan sebagai ruang dakwah dan bagaimana pesan-pesan keislaman dikonstruksi secara retorik dalam konteks budaya digital.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam cara Buya Arrazy membangun komunikasi dakwah yang efektif dan bermakna melalui strategi retorika yang khas, di tengah arus informasi dan dinamika audiens media sosial.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan mulai bulan April 2025 hingga 30 Desember 2025, sesuai dengan kebutuhan pengumpulan dan analisis data terhadap konten dakwah Buya Arrazy Hasyim di media sosial Instagram.

C. Sumber data Penelitian

- a. *Data Primer*, Data primer dalam penelitian ini merupakan data utama yang diperoleh langsung melalui metode netnografi, yaitu dengan mengamati dan menganalisis konten dakwah yang diunggah oleh Buya Arrazy Hasyim di platform media sosial Instagram. Data primer ini berupa video dakwah, kutipan ceramah pendek, serta elemen visual dan verbal yang digunakan dalam penyampaian pesan dakwah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Data Sekunder*, Data sekunder merupakan data pelengkap yang berfungsi mendukung dan memperkuat temuan dari data primer. Data ini diperoleh melalui studi pustaka, yaitu dengan menelaah berbagai sumber tertulis seperti buku, artikel, jurnal, serta dokumentasi terkait dakwah digital dan teori retorika.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang diperlukan guna mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti berperan secara langsung sebagai pelaksana, pengumpul data, penafsir, sekaligus penganalisis terhadap data yang diperoleh dari media sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama, yaitu observasi dan dokumentasi (Daruhadi & Sopiati, 2024), yang difokuskan pada konten dakwah Buya Arrazy Hasyim di platform Instagram.

a. Observasi

Observasi merupakan proses pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Dalam konteks ini, peneliti melakukan observasi non-partisipatif, artinya peneliti tidak terlibat secara langsung dalam aktivitas dakwah, tetapi mengamati secara saksama konten dakwah yang diunggah oleh Buya Arrazy Hasyim di media sosial. Observasi difokuskan pada aspek-aspek retorika, seperti penggunaan bahasa, simbol, gaya penyampaian, serta respons audiens terhadap pesan dakwah tersebut.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pencatatan, pengumpulan, dan penyimpanan data secara sistematis agar dapat digunakan, ditinjau, dan dianalisis pada tahap-tahap berikutnya. Dalam penelitian ini, dokumentasi mencakup pengambilan tangkapan layar (screenshot), pengunduhan video dakwah, pencatatan kutipan ceramah, serta pengarsipan komentar audiens sebagai data pelengkap. Teknik ini penting untuk memastikan bahwa seluruh informasi yang relevan terekam dengan baik dan dapat digunakan sebagai bukti empiris dalam proses analisis retorika dakwah Buya Arrazy Hasyim.

Peneliti menegaskan bahwa pemilihan 12 konten video terbaru dari total 29 populasi video di tahun 2025 bukanlah sebuah tindakan aksidental atau ‘cocokologi’, melainkan didasarkan pada teknik *Purposive Sampling* dengan pertimbangan kualitatif sebagai berikut:

- 1) Prinsip Aktualitas dan Relevansi Kontemporer: Dalam manajemen media dakwah, tren komunikasi selalu berkembang. Peneliti memilih konten terbaru karena video-video tersebut merepresentasikan puncak evolusi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

retorika Buya Arrazy Hasyim di tahun 2025. Pada konten terbaru, terlihat penggunaan analogi yang lebih kompleks dan relevan dengan dinamika sosial masyarakat saat ini dibandingkan video-video di awal tahun.

- 2) Prinsip Saturasi Data (Kecukupan Data): Dalam penelitian kualitatif, yang dikejar bukan jumlah (*quantity*), melainkan kedalaman (*depth*). Peneliti menemukan bahwa 12 video terbaru tersebut sudah mencakup variasi elemen Ethos, Pathos, dan Logos yang sangat kaya. Menambah jumlah sampel dari sisa populasi (17 video lainnya) dinilai hanya akan menghasilkan pengulangan informasi (*redundancy*), karena pola retorika yang digunakan sudah terwakili secara jenuh dalam 12 video terpilih.
- 3) Kesesuaian dengan Indikator Analisis: 12 konten terbaru ini dipilih karena memiliki kualitas audio dan visual yang paling jernih serta durasi yang memadai untuk dibedah menggunakan alat ukur Ethos, Pathos, dan Logos. Hal ini bertujuan untuk menjaga akurasi interpretasi peneliti terhadap gestur, intonasi, dan diksi subjek penelitian.

E. Validitas Data

Teknik keabsahan data digunakan untuk memastikan kebenaran, ketepatan, dan konsistensi data yang diperoleh dari proses penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik validasi data dengan cara membandingkan dan mengkonfirmasi hasil temuan dari berbagai sumber data yang dikumpulkan melalui metode observasi dan dokumentasi. (Husnullail & Jailani, n.d.)

Setelah peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap konten dakwah Buya Arrazy Hasyim di media sosial serta mengumpulkan dokumentasi digital berupa video, kutipan ceramah, dan respons audiens, seluruh data dianalisis dan dikaji secara holistik. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan benar-benar relevan, saling melengkapi, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dengan cara ini, keabsahan data dalam penelitian dapat terjaga dan mendukung validitas hasil analisis retorika dakwah yang dilakukan.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan tahap penting dalam proses penelitian, yang melibatkan pengolahan, interpretasi, dan penarikan makna dari data yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap konten dakwah Buya Arrazy Hasyim di media sosial Instagram. Proses analisis dilakukan untuk mengidentifikasi unsur-unsur retorika yang digunakan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun tahapan dalam analisis data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga langkah utama (Qomaruddin & Sa'diyah, 2024), yaitu:

1. Reduksi Data, Merupakan proses pemilahan, penyederhanaan, dan pengorganisasian data mentah yang telah diperoleh dari observasi dan dokumentasi. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih konten-konten yang paling relevan, seperti video dakwah dengan tema tertentu, gaya bahasa yang khas, atau simbol yang sering muncul dalam dakwah Buya Arrazy. Tujuannya adalah untuk menyaring informasi agar lebih fokus dan mudah dianalisis, tanpa menghilangkan esensi pesan dakwah yang disampaikan.
2. Penyajian Data, Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data dalam bentuk naratif deskriptif atau tabel tematik. Penyajian data ini membantu peneliti melihat pola, hubungan antar elemen retorika, serta konteks penyampaian pesan dakwah. Dalam penelitian ini, data akan disusun berdasarkan kategori seperti gaya bahasa (ethos, pathos, logos).
3. Penarikan Kesimpulan, Tahap akhir dalam analisis data adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi yang telah dilakukan. Peneliti merumuskan temuan utama terkait bagaimana Buya Arrazy Hasyim menggunakan strategi retorika dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial, serta bagaimana tanda-tanda tersebut membentuk makna dan memengaruhi audiens. Kesimpulan ini juga menjadi jawaban atas rumusan masalah yang telah diajukan sebelumnya dalam penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Biografi Buya Arrazy Hasyim



Gambar 4.1 Foto Buya Arrazy hasyim

Buya Arrazy Hasyim, yang juga dikenal sebagai KH Arrazy Hasyim, merupakan ulama dan dai Indonesia asal Tanah Minang dengan spesialisasi mendalam dalam ilmu hadits dan tasawuf, (Samad, n.d.) menjadikannya tokoh inspiratif bagi generasi muda. Lahir pada 21 April 1986 di Koto Tangah, Payakumbuh, Sumatera Barat, dari keluarga Nur Akmal bin M. Nur dan Asni binti Sahar, ia tumbuh di lingkungan yang kental dengan tradisi keilmuan Islam, memulai pendidikan formal dari SD hingga MAN di Payakumbuh dan Bukittinggi, lulus pada 1998, 2001, serta 2004.

Buya Arrazy Hasyim menjalani kehidupan pribadi yang harmonis dan berlandaskan nilai-nilai keluarga Islami, di mana ia menikah dengan Eli Ermawati MS, seorang istri yang mendampingi perjuangannya dalam menyebarkan ilmu agama, sehingga membentuk rumah tangga yang stabil di tengah kesibukan dakwahnya sebagai ulama tasawuf dan ahli hadits. Pasangan ini dikaruniai tiga anak yang menjadi sumber kebahagiaan sekaligus ujian iman, yaitu Hisyam Faqih Arrazy sebagai anak sulung yang mewarisi semangat keilmuan, Hushaim Shah Wali Arrazy yang meninggal dunia pada tahun 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebuah kehilangan yang mendalam namun diterima dengan sabar sebagai qadha dan qadar Allah serta Helena Nour Arrazy sebagai putri bungsu yang melengkapi kehangatan keluarga kecil mereka di Ciputat, Tangerang Selatan. Keseharian Buya Arrazy Hasyim sebagai pengasuh Ribath Nouraniyah Hasyimiyah dipenuhi dengan rutinitas spiritual yang intens, mencakup pengajian turats Islam, kajian aqidah ahlussunnah wal jamaah, pengembangan tasawuf yang mendalam, serta majelis zikir munajat yang menjadi ciri khas pondok pesantrennya, di mana ia tidak hanya mengajar tetapi juga mencontohkan akhlak mulia kepada para murid dan pengikutnya. Selain itu, aktivitas dakwahnya sehari-hari juga meluas ke ranah digital melalui media sosial seperti salah satunya Instagram (@buya.arrazy.hasyim), di akun tersebut rutin mengunggah konten dakwah Buya Azzary Hasyim yang dengan gaya santai serta relatable, menarik banyaknya audiens muda urban yang haus akan ceramah singkat dan motivasi Islami, sambil menyeimbangkan peran sebagai mantan dosen di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2012-2019) dan Pesantren Darus Sunnah. Kehidupan pribadinya ini mencerminkan keseimbangan antara tanggung jawab rumah tangga, pendidikan anak, kepemimpinan pesantren, dan panggilan dakwah kontemporer, semuanya dijalani dengan penuh tawadhu meski pernah menimbulkan diskusi publik terkait pendekatan tasawufnya, tetap setia pada sanad keilmuan yang sahih dari Syaikh Ali Mustafa Yaqub.

Beliau adalah seorang ulama dan dai terkemuka asal Tanah Minangkabau, telah menempuh jenjang pendidikan formal yang sangat kokoh dan terstruktur sejak masa kecil hingga tingkat doktor, mencerminkan komitmennya yang kuat terhadap pencarian ilmu pengetahuan Islam yang mendalam dan autentik dalam kerangka Ahlussunnah wal Jamaah. Pendidikan dasarnya dimulai dengan menyelesaikan Sekolah Dasar (SD) pada tahun 1998 di lingkungan Payakumbuh, Sumatera Barat, di mana ia tumbuh dalam keluarga yang kental dengan nilai-nilai keislaman dari orang tua Nur Akmal bin M. Nur dan Asni binti Sahar, membentuk fondasi awal karakternya sebagai calon ulama yang gigih. Selanjutnya, ia melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) dan lulus pada tahun 2001, diikuti dengan pendidikan menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) baik di Payakumbuh maupun Bukittinggi, yang berhasil diselesaikannya pada tahun 2004, menandai transisi mulusnya dari pendidikan dasar ke tingkat yang lebih tinggi dengan prestasi yang konsisten.

Setelah menyelesaikan pendidikan menengah, Buya Arrazy Hasyim memasuki fase perguruan tinggi yang prestisius dengan memulai studi Sarjana (S1) pada tahun 2005 di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, jurusan Filsafat Islam, sebuah pilihan strategis yang memungkinkannya mendalami pemikiran filosofis Islam secara mendalam sambil tetap berpijak pada sumber primer

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

agama.(Adiyana, n.d.) Gelar S1 ini diraihinya dengan sukses, membuka pintu bagi pencapaian lebih lanjut di tingkat pascasarjana, di mana ia melanjutkan ke program Magister (S2) Pengkajian Islam pada tahun 2011 di universitas yang sama, fokus pada analisis kritis terhadap teks-teks Islam klasik dan kontemporer yang memperkaya wawasannya sebagai cendekiawan. Puncak dari perjalanan akademik formalnya tercapai ketika ia menyelesaikan program Doktor (S3) pada tahun 2017, kembali di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, di mana disertasinya kemungkinan mengeksplorasi isu-isu filsafat dan pengkajian Islam yang relevan dengan konteks Indonesia modern, menjadikannya salah satu ulama muda dengan kredensial akademik lengkap yang jarang dimiliki oleh para mubaligh sezamannya.

Paralel dengan pendidikan formal perguruan tingginya, Buya Arrazy Hasyim secara khusus memperkuat sanad keilmuannya melalui pengkhataman enam kitab hadits shahih utama pada tahun 2008 di Pesantren Darus Sunnah, di bawah bimbingan langsung Syaikh Ali Mustafa Yaqub, seorang guru yang diakui dalam tradisi hadits. Proses pengkhataman ini bukan sekadar hafalan, melainkan pemahaman mendalam terhadap Shahih al-Bukhari, Shahih Muslim, Sunan Abu Dawud, Sunan at-Tirmidzi, Sunan an-Nasa'i, dan Sunan Ibn Majah, yang menjadi pondasi utama dalam dakwahnya yang selalu berbasis pada dalil-dalil sahih, sehingga memperkaya dirinya dengan rantai transmisi ilmu (sanad) yang sahih dan terjaga. Pengalaman ini tidak hanya melengkapi gelar akademiknya tetapi juga menempatkannya dalam garis keilmuan tradisional pesantren yang harmonis dengan pendekatan universitas modern, menciptakan profil unik sebagai ulama tasawuf dan ahli hadits yang mampu menjembatani tradisi dan kontemporeritas.

Jenjang pendidikan Buya Arrazy Hasyim ini secara keseluruhan mencerminkan dedikasi panjang yang dimulai dari fondasi lokal di Payakumbuh hingga puncak nasional di Jakarta, dengan total rentang waktu lebih dari dua dekade yang penuh pencapaian bertahap: dari lulusan SD 1998, MTsN 2001, MAN 2004, S1 2005 (dimulai), S2 2011, pengkhataman hadits 2008, hingga S3 2017. Setiap tahap tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait, di mana pendidikan formal memberikan kerangka analitis dan pengkhataman hadits menyediakan substansi spiritual, yang kemudian diterapkannya dalam peran sebagai dosen di IIQ Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah (2012-2019), dan Pesantren Darus Sunnah, membuktikan bahwa pendidikannya bukan hanya teori tetapi juga praktik pengajaran yang berdampak. Pendekatan ini menjadikan biografinya sebagai inspirasi bagi generasi muda yang ingin menggabungkan ilmu kitab kuning dengan diploma modern, tetap setia pada konteks sumber terpercaya yang menyoroti perjalanan sistematisnya tanpa tambahan spekulatif. Dengan demikian, jenjang

pendidikannya bukan hanya daftar gelar, melainkan narasi perjuangan ilmu yang utuh dan inspiratif, yang terus relevan dalam dakwahnya hingga kini.

B. Akun Instagram @buya.arrazy.hasyim



Gambar 4.2 Akun instagram @kajian.buya.arrazy

Akun Instagram @kajian.buya.arrazy merupakan fanpage komunitas yang sangat aktif dalam menyebarkan dakwah Buya Arrazy Hasyim, ulama ahli hadis dan tasawuf asal Payakumbuh, Sumatera Barat, yang dikenal sebagai pengasuh Ribath Nouraniyyah Hasyimiyyah di Ciputat, Tangerang Selatan. Dengan jumlah pengikut sekitar 29 ribu, akun ini menjadi salah satu saluran tidak resmi paling populer bagi penggemar Buya, menawarkan akses cepat ke cuplikan kajian melalui format reels dan stories yang mudah dicerna oleh audiens milenial dan Gen Z. Berbeda dari akun resmi lembaga Ribath Nouraniyyah (@nouraniyyahofficial) yang memiliki 27 ribu pengikut dan lebih berfokus pada pengumuman kegiatan formal seperti pendaftaran kajian atau event haul, @kajian.buya.arrazy beroperasi sebagai fanpage organik yang lahir dari antusiasme komunitas. Akun ini memanfaatkan momentum viral dakwah Buya sejak era pandemi COVID-19, ketika kajian tasawufnya mulai menyebar luas di media sosial, membantu memperluas jangkauan pesan spiritual Buya ke masyarakat umum tanpa batasan geografis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultanarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengelola akun ini kemungkinan besar adalah kelompok murid, pengagum setia, atau komunitas informal dari kalangan Ribath Nouraniyah, bukan tim resmi yang dikelola langsung oleh Buya Arrazy Hasyim atau pengurus lembaga. Hal ini terlihat dari bio akun yang sederhana, tanpa klaim kepemilikan institusional, dan caption-caption yang penuh semangat kebersamaan seperti “Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh, ikhwah Ribath Nouraniyah di mana saja.” Tidak ada informasi eksplisit tentang nama admin atau tim di profil atau postingan, yang menjaga nuansa komunal dan autentik. Pengelola tampaknya terdiri dari individu atau tim kecil yang rajin merekam, mengedit, dan mengunggah konten dari kajian langsung, sering kali menggunakan tagar strategis seperti #BuyaArrazyHasyim, #RibathNouraniyah, #KajianTasawuf, dan #DakwahBuya untuk meningkatkan visibilitas algoritma Instagram. Pendekatan ini mencerminkan dedikasi sukarela untuk mendukung misi dakwah Buya, yang mengedepankan konsep qawlan baligha dari Al-Qur'an yaitu ucapan yang tepat, indah, dan berdampak sebagaimana disebutkan dalam surah Thaha ayat 2-4, di mana dakwah disampaikan dengan retorika persuasif ala Aristoteles (ethos, pathos, logos).

Akun ini dibuat sekitar akhir 2021 atau awal 2022, bertepatan dengan puncak popularitas kajian Buya Arrazy Hasyim di platform digital. Postingan pertama yang terdeteksi, seperti cuplikan kajian haul atau pengajian Senin malam, muncul saat dakwah Buya mulai “bocor” dari sesi eksklusif Ribath ke publik melalui rekaman amatir. Sejak itu, akun berkembang pesat, memanfaatkan tren reels Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Konten yang diunggah sangat beragam namun konsisten bertema dakwah Buya: mayoritas video pendek (15-60 detik) dari ceramah langsung, menyoroti topik tasawuf seperti ma'rifatullah (pengertian Allah), tazkiyatun nafs (pembersihan jiwa), konsep “nama ruh” al-ghaiths sebagai wali keturunan Nabi Muhammad, akidah Ahlussunnah wal Jamaah, serta penjelasan hadis tentang zikir, akhlak mulia, dan wasatiah Islam. Selain video kajian, ada foto-foto acara live streaming ba'da Jumat atau Senin malam, pengumuman jadwal pengajian terbaru, kutipan teks inspiratif dengan desain grafis Islami (misalnya, “Tidak dikenal Allah jika hati mati”), dan infografis ringkasan materi. Setiap postingan biasanya dilengkapi caption panjang yang merangkum esensi kajian, diakhiri dengan ajakan “Dengarkan kajian lengkap di YouTube Ribath Nouraniyyah Official,” menunjukkan sikap suportif terhadap kanal resmi tanpa bersaing.

Tingkat update akun ini termasuk yang paling aktif di ekosistem dakwah Buya, dengan frekuensi unggahan 3-5 kali per minggu, biasanya memposting kajian rutin selesai seperti setiap Senin malam pukul 20.00 WIB atau Jumat ba'da Ashar. Pada event spesial, seperti haul KH Hasyim Asy'ari (idola Buya

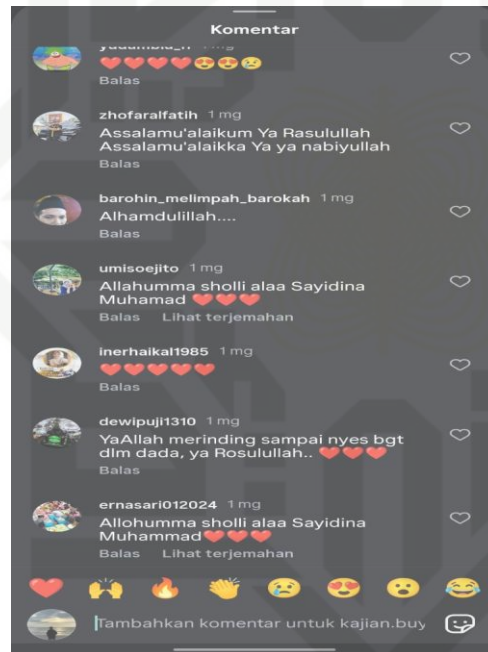
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

yang memberi inspirasi nama belakangnya), frekuensi bisa melonjak hingga harian. Engagement-nya cukup baik: setiap post rata-rata mendapat ratusan like, komentar berisi pujian, doa dan stiker hati. seperti “Masya Allah Tabarakallah” “Sehat selalau ulama kami” dan banyak lagi, serta banyak dari penontonnya ikut share atau membagikan kepada postingan tersebut. Tinggi interaksi ini menandakan relevansi konten bagi audiens yang mencari dakwah sufistik moderat, bebas dari isu takfir atau bid'ah, dan mudah diakses di genggam tangan. Keaktifan konsisten hingga akhir 2025 membuat akun ini tetap menjadi sumber utama konten dakwah Buya bagi yang tidak sempat ikut kajian langsung, sambil mendukung ekspansi digital Ribath Nouraniyah. Secara keseluruhan, @kajian.buya.arrazy bukan hanya arsip konten, tapi komunitas hidup yang memperkuat ethos Buya sebagai dai kredibel, pathos emosional melalui cerita inspiratif, dan logos berbasis dalil, selaras dengan qawlan baligha Qur'ani.



Gambar 4.3 Komentar dari followers

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai retorika dakwah Buya Arrazy Hasyim di media sosial Instagram melalui analisis 12 konten video dakwah, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keberhasilan Penerapan Retorika Aristoteles: Retorika dakwah Buya Arrazy Hasyim di Instagram secara komprehensif telah memenuhi dan mengintegrasikan tiga elemen utama teori Aristoteles, yaitu ethos (kredibilitas), pathos (daya tarik emosional), dan logos (logika penalaran). Ketiga elemen ini bekerja secara sinergis sehingga pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya berhenti sebagai informasi, tetapi menjadi instrumen persuasi yang efektif bagi audiens digital.
2. Dimensi Ethos, Pathos, dan Logos: Ethos: Terbentuk melalui otoritas keilmuan yang berbasis kitab klasik (sanad yang jelas), penampilan yang karismatik, serta karakter yang tawadhu. Pathos: Dibangun melalui pendekatan tasawuf yang menyejukkan, penggunaan intonasi suara yang tenang, dan pemilihan diksi yang penuh kasih sayang sehingga menyentuh sisi psikologis audiens. Logos: Terwujud dalam kemampuan beliau membumikan konsep teologi dan tasawuf yang rumit melalui analogi-analogi kontemporer yang masuk akal dan sistematis.
3. Efektivitas Media: Penggunaan platform Instagram dengan format video pendek terbukti efektif dalam menjangkau generasi milenial dan Gen Z, di mana retorika yang kuat mampu mengatasi keterbatasan durasi tanpa mengurangi substansi pesan dakwah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Praktisi Dakwah (Da'i): Diharapkan para da'i, khususnya da'i muda, dapat mencontoh strategi retorika Buya Arrazy yang menyeimbangkan antara aspek intelektual (logos) dan aspek emosional (pathos), serta terus menjaga kredibilitas (ethos) agar dakwah di media sosial tetap memiliki bobot keilmuan yang dapat dipertanggungjawabkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagi Pengelola Media Dakwah: Perlu adanya peningkatan kreativitas dalam manajemen konten, seperti penggunaan teknik *storytelling* dan visualisasi yang menarik, untuk mendukung kekuatan retorika lisan yang disampaikan oleh sang da'i.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Mengingat keterbatasan penelitian ini yang hanya berfokus pada platform Instagram, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan studi komparatif mengenai retorika Buya Arrazy di platform lain seperti YouTube atau TikTok, atau meneliti respons langsung (*feedback*) dari audiens secara lebih kuantitatif untuk melihat tingkat konversi perilaku mad'u.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Q. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara Media). CV. Penerbit Qiara Media.
- Achmadin, B. Z. (2023). STUDI ISLAM KONTEKS MATERI DAKWAH ISLAM PERSPEKTIF BAHASA AL-QUR'AN. *Muta'allim: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 29–47.
- Ambo Dalle & Tobroni Tobroni. (2024). Dimensi-Dimensi dalam Beragama: Spiritual, Intelektual, Emosi, Etika, dan Sosial. *Ikhlas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, 2(1), 151–165.
- Aristotle. (2007). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.; 2nd ed.). Oxford University Press.
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). *Pengumpulan Data Penelitian*.
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah, I. (2024a). ANALISIS RETORIKA ARISTOTELES PADA KAJIAN ILMIAH MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERSUASI PUBLIK. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81–103.
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah, I. (2024b). ANALISIS RETORIKA ARISTOTELES PADA KAJIAN ILMIAH MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERSUASI PUBLIK. *Linimasa : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81–103.
- 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.
- El-Hafiz, S., & Aditya, Y. (2021). Kajian Literatur Sistematis Penelitian Religiusitas di Indonesia: Istilah, Definisi, Pengukuran, Hasil Kajian, serta Rekomendasi. *Indonesian Journal for The Psychology of Religion*, 1(1).
- Fatimah, K., Angga Febriyatko, Hasan Busri, & Moh Badrih. (2023). Estetika Bahasa dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 9(2), 1068–1089.
- Gobel, S. A. M., & Usman, I. (2025). *Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa*. 1.
- Hanifah, H., Salsabillah, L., Fitri, A. T., Febriani, R. M., & Hidayatullah, R. (2025). *Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan*. 3.
- Herrera, J. M. (2012). The rhetoric of ethos, pathos, and logos in contemporary discourse. *Journal of Communication and Persuasion*, 15(2), 120-135.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Indriyani, D., Khoirunnisa, N. N., Alfiansyah, A., & Kristian, N. (2025). *ANALISIS KEBUTUHAN DAN PERANCANGAN KURIKULUM PELATIHAN DAKWAH*. 17(4).
- Jaya, C. K., & Pratama, L. M. R. (2023). *DAKWAH DI ERA DIGITAL: INOVASI MEDIA SEBAGAI RESPON TERHADAP KEBUTUHAN UMAT KONTEMPORER*. 1(1).
- Karimullah, S. S. (2022). Motivasi Pendidikan Dalam Retorika Dakwah Lora Thohir. *MAWA IZH JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN*, 13(1), 65–86.
- Kennedy, G. A. (1994). *A new history of classical rhetoric*. Princeton University Press.
- Muhaemin, E. (2017). Dakwah Digital Akademisi Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 341–356.
- Niamulloh, M. (2020). TRANSFORMASI MITRA DAKWAH TENTANG STRATEGI DAKWAH DALAM PERSPEKTIF IBADAH. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 21(2), 171.
- Nurfitria, S., & Arzam, A. (2022). Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media. *An-Nida'*, 46(1), 88.
- Pridiastuti, A. (2022). Retorika dakwah ustadzah halimah alaydrus melalui media sosial youtube (analisis pada tema "rumah tangga" dalam channel ustadzah Halimah Alaydrus). *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 6(2), 1–20.
- Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, 1(2), 77–84.
- Rahayu, S. F., Irawati, P., Yani, S., Manoppo, I. J., Riyanti, E., & Monica, C. (n.d.). *APLIKASI HIPNOTERAPI*.
- Rahmawati, R., Sarnila, U. K., Nengsih, A. F., Sholiha, M. A., Sanjaya, A., & Aditiray, F. (2024). KESADARAN DIALEKTIS DAN KONSEP DAKWAH (REFORMULASI DAKWAH MASA KONTEMPORER). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(1), 94–101.
- Rakhmat, J. (2018). *Retorika modern: Pendekatan praktis*. PT Remaja Rosdakarya.
- Rozali, M. (2016). *TRADISI DAKWA ULAMA AL JAM'İYATUL WASHLIYAH SUMATERA UTARA*. 22(33).
- Rusdi, H. R., & Aisyah, N. (2024). Analisis Tingkat Efektivitas Media Dakwah Melalui Lisan dan Tulisan pada Mahasiswa di Era 4.0. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 10(3).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Satrio, B., Prabudiasih, D., Putra, R. E., & Adhha, A. (2024). *Strategi Komunikasi Dakwah di Era Digital*. 1(2).
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037.
- Simons, H. W., & Jones, J. G. (2011). *Persuasion in society* (2nd ed.). Routledge.
- Sudirman, F. A., & Susilawaty, F. T. (2022). KESETARAAN GENDER DALAM TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN (SDGs): SUATU REVIUW LITERATUR SISTEMATIS. *Journal Publicuho*, 5(4), 995–1010.
- Suriati. (2021). Dakwah dan Hedonisme. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(1), 1–27.
- Thompson, J. B. (1995). *The media and modernity: A social theory of the media*. Stanford University Press.
- Trilaksono, B. H., Prasetyawan, W., Amirudin, A., & Rizky, K. (2021). MEDIA RETORIKA DAKWAH PADA ERA MILENIAL. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya dan Islam*, 1(1), 1–16.
- Ufairah, R. (2024). *RETORIKA DAKWAH PARA DA'I DALAM PROGRAM ACARA ISLAM ITU INDAH DI TRANS TV*.
- Wulan, E. P. S., Pd, S., Pd, M., Pattiasina, D. P. J., Pd, S., Pd, M., Putra, B. A., Arianto, T., Saragih, R. B., Pd, S., Pd, M., Ip, S., Si, M., Sitepu, E. P., Pd, S., Pd, M., Alvira, I., Pd, M., Aziz, B., & Si, M. (n.d.). *RETORIKA DAN DIALEKTIKA KOMUNIKASI PUBLIK*.
- Zaini, A. (2018). Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara “Mamah & Aa Beraksi” di Indosiar. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 11(2), 219–234.

LAMPIRAN

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Judul : Analisis Retorika Dakwah Buya Arrazy Hasyim di Media Sosial Instagram (Analisis Aristoteles)

Variabel Utama	Indikator	Sub-Indikator (Parameter)	Item Pengamatan (Apa yang dilihat/didengar)
Retorika Aristoteles	1. Ethos (Kredibilitas)	<i>Phronesis</i> (Keahlian)	Pengutipan kitab kuning, hadis sahih, dan istilah tasawuf/akademik.
		<i>Arete</i> (Karakter)	Penampilan (jubah/peci), ketenangan wajah, dan sikap rendah hati (tawadhu).
		<i>Eunoia</i> (Niat Baik)	Kalimat ajakan yang bersifat membimbing dan mendoakan jamaah.
	2. Pathos (Emosional)	Diksi Emosional	Penggunaan kata: “Cinta”, “Rindu”, “Kekasih”, “Qolbu”, “Tenang”.
		<i>Storytelling</i>	Kisah para nabi, wali Allah, atau analogi kehidupan yang menyentuh.
		Paralinguistik	Intonasi suara (meditatif/tenang), jeda bicara, dan ekspresi haru.
	3. Logos (Logika)	Analogi Kontemporer	Perumpamaan agama dengan teknologi (Sosmed, Akun, Sinyal, Kopi).
		<i>Enthymeme</i>	Argumen sebab-akibat (Jika Allah pemilik hati, maka hati harus suci).
		Bukti Tekstual	Penggunaan ayat Al-Qur'an sebagai landasan berpikir yang rasional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel Reduksi Data (Aplikasi pada 12 Video)

No	Judul Konten Video	Variabel Dominan	Indikator yang Muncul	Reduksi Temuan (Ringkasan Analisis)
1	Tak Ada Yang Mampu Mengingat Allah	Logos	Analogi	Menggunakan analogi “nongkrong di kafe” untuk menjelaskan konsep kebersamaan dengan Tuhan.
2	Qolbu Tidak Bisa Dimasuki Syaitan	Logos	Analogi	Menggunakan logika “akun media social” dan “notifikasi” sebagai perumpamaan hubungan hamba dan Tuhan.
3	Mari Mengenal Allah SWT	Pathos	Diksi Emosional	Penekanan pada rasa rindu ruh kepada pencipta saat meninggalkan badan (kematian).
4	Berhusnuzon Kepada Allah	Pathos	Paralinguistik	Intonasi bicara yang sangat lembut dan menenangkan untuk membangun harapan (raja’).
5	Dinamika Spiritualitas Manusia	Ethos	Phronesis	Merujuk langsung pada kitab terbuka di depannya dan istilah Fujur & Taqwa.
6	Dimensi Spiritual Tidur	Ethos	Arete	Menampilkan kewibawaan ulama saat menjelaskan tidur sebagai sedekah badan.
7	Luasnya Kasih Sayang Allah	Pathos	Storytelling	Menceritakan kisah pembunuh 100 orang untuk membangkitkan emosi ampunan Tuhan.
8	Pemurnian Tauhid	Logos	Enthymeme	Logika pembedaan antara “Tujuan” (Allah) dan “Manfaat” (Ketenangan).
9	Hakikat Tawadhu'	Ethos	Eunoia	Niat baik mengajak jamaah untuk tidak marah saat dihina, meniru akhlak Nabi.
10	Bahaya Sifat Hasad	Ethos	Phronesis	Mengutip hadis “La Tahasadu” dengan latar perpustakaan (intelektualitas).
11	Dua Jalur Kedekatan Allah	Logos	Analogi	Logika pembagian struktur manusia (Tanah & Ruh) sebagai jalur Syariat & Makrifat.
12	Spiritualitas Qolbu	Pathos	Diksi Emosional	Menjelaskan luasnya hati yang melampaui langit dan bumi dengan nada meditatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1. Viwers Konten Dakwah Buya Arrazy Hasyim



Gambar 2. Viwers Konten Dakwah Buya Arrazy Hasyim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3. Komentar Dari Konten Dakwah Buya Arrazy Hasyim



Gambar 4. Komentar Dari Konten Dakwah Buya Arrazy Hasyim