

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini kita berada di 14 abad setelah Nabi Muhammad S.A.W wafat, tapi bisa kita lihat bahwa Islam masih tetap eksis bahkan dianut oleh milyaran orang diseluruh dunia. Satu hal diantara beberapa hal yang membuat Islam tetap eksis sampai saat ini ialah dakwah itu sendiri. Dakwah merupakan suatu bagian yang penting dalam penyebaran agama Islam untuk sarana dalam memperkenalkan Islam atau menyampaikan nilai-nilai agama Islam kepada umat. Melalui dakwah bisa membuktikan bahwa Islam selalu dijaga bahkan dipertahankan dan juga selalu dikembangkan oleh para pemeluknya. Berbicara masalah dakwah, tidak bisa dibayangkan jika dakwah Islam ini mengalami kelumpuhan. Bagaimana orang-orang mencari petunjuk untuk jalan kebenaran, seperti halnya lokasi tanpa adanya peta. Maka dari itu, dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini, dakwah tidak hanya dilaksanakan dengan berdiri diatas mimbar lalu kemudian berceramah akan tetapi ada banyak cara untuk bisa melakukan dakwah pada zaman sekarang. Salah satunya ialah dengan memanfaatkan media dakwahnya yaitu melalui media sosial.

Berbicara terkait aktivitas dakwah, yang pastinya peran da'i atau juga bisa disebut dengan kata orator sangat penting dalam keberhasilan suatu dakwah, karena da'i merupakan orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak. Da'i tidak hanya berperan sebagai komunikator, tetapi juga sebagai motivator dan contoh, sehingga seorang da'i diuntut untuk sinkron antara apa yang di sampaikan dengan apa yang dilakukan dalam kehidupan kesehariannya.<sup>1</sup> Kesuksesan suatu dakwah biasanya bisa dilihat dari bagaimana para mad'u dalam menangkap isi pesan yang

---

<sup>1</sup>Nofria Metasari and Tomi Hendra, 'Peran da'I dalam meningkatkan motivasi masyarakat di Jorong Landai kecamatan Harau Kabupaten 50', *Jurnal Multidisiplin Ilmu*, vol 1, no 4, 2022, h. 633.

disampaikan, bisa dilihat dari perubahan perilaku para mad'u, peningkatan pengetahuan mereka dan juga hal hal positive lainnya yang bisa melekat pada diri mad'u. Mad'u sendiri menurut terminologi adalah orang atau kelompok yang lazim disebut dengan jama'ah yang sedang menuntut ajaran agama Islam, baik mad'u itu orang dekat atau jauh, muslim atau non muslim dan laki-laki ataupun perempuan.<sup>2</sup> Agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah, seorang da'i harus benar-benar memilih kata ataupun kalimat yang mudah dipahami oleh para *mad'u*, tak hanya perihal pemilihan kata akan tetapi juga seorang da'i harus bisa menguasai bagaimana kondisi yang terjadi saat ia berada di lapangan, karena itu sangat mempengaruhi bagaimana *mad'u* menangkap apa yang di sampaikan oleh para da'i. Yang pastinya harus sesuai dengan kebutuhan para *mad'u* tersebut. Semakin mudah penyampaian para da'i dalam dakwahnya, semakin mudah pula para *mad'u* menangkap atau menyaring pesan-pesan dakwah yang telah disampaikan oleh para da'i. Oleh karena itu, sangat penting para da'i untuk mengetahui dan juga memahami retorika serta dapat mempraktikkan dalam aktivitas dakwah yang dilakukannya.

Semua manusia mempunyai anugrah untuk dapat berbicara, akan tetapi tidak semua bisa untuk mempelajari terkait ilmu berbicara. Bisa saja seseorang berbicara dengan lancar ketika sendiri, akan tetapi ketika berbicara didepan umum akan sebaliknya. Retorika sendiri dalam bahasa Inggris ialah *rhetoric* berasal dari bahasa latin yakni rethorika yang berarti ilmu berbicara atau seni berbicara.<sup>3</sup> Seperti yang sudah dijelaskan diatas, bahwa dakwah merupakan menggiring ataupun mengajak, maka ketika seorang da'i sudah memahami terkait retorika dan juga langsung mempraktekkan teknik retorika tersebut dalam aktivitas dakwahnya, para *mad'u* pun atau para pendengar pun akan lebih mudah memahami apa yang

---

<sup>2</sup> Rahmatullah, 'Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u Dalam Aktivitas Dakwah', *MIMBAR*, vol 2, no 1, 2016, h. 58

<sup>3</sup> May Ard, *Retorika Dakwah* (Bogor: Guepedia, 2022), h. 9.

disampaikan oleh para pendakwah atau da'i tersebut dan juga yang pastinya rasa emosional mereka lebih meningkat ketika seorang da'i yang menyampaikan dakwanya paham akan suatu teknik retorika. Retorika dikatakan sebagai seni karena menurut keahlian dan keterampilan (*skill*) dalam penguasaan bahasa.<sup>4</sup> Retorika juga dikatakan sebagai pengetahuan karena retorika mempunyai materi atau masalah yang memang harus diutarakan atau harus di sampaikan oleh pihak lain. Selain itu, kemampuan berlogika juga sangat dibutuhkan dalam retorika, karena ketika seorang da'i menyampaikan gagasan ataupun ide-ide kepada *mad'u* nya tidak hanya bermodalkan kata-kata akan tetapi juga perlu penjelasan dalam setiap apa yang diucapkan.

Banyak sekali yang menanyakan perihal pemakaian retorika pada saat ini, apakah masih relevan dengan zaman teknologi seperti saat ini atau apakah memang sudah tidak dibutuhkan lagi. Justru dengan berkembangnya teknologi seperti saat ini, para orator atau da'i harus menerapkan retorika dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Dalam era dimana opini sering kali terbentuk dalam hitungan detik berdasarkan *headline* dan gambar yang menarik, justru kemampuan untuk menyusun argumen yang kuat menjadi sangat penting dalam misi menyampaikan pesan kebenaran seperti saat ini.<sup>5</sup> Pada situasi seperti itu, ilmu retorika sangat berperan, dimana seorang retorik terbiasa menjalankan kerangka tugas dengan selalu mengumpulkan bukti-bukti yang valid, membuat ide-ide dan juga menyampaikan pesan dakwah yang sangat persuasif. Ketika pendakwah menyampaikan pesan dakwah memang tidak semua orang *pro* dengan apa yang disampaikan, tapi setidaknya dengan teknik retorika yang bersifat persuasif, orator lebih memahami bagaimana mempersuasi para *mad'unya*. Karena retorika orator akan lebih paham bagaimana karakter para *mad'unya*, bagaimana

---

<sup>4</sup> Mohd Rafiq, 'Urgensi Retorika dalam Aktivitas Dakwah', *Jurnal Fitrah*, vol 1, No 1, 2015, h. 134

<sup>5</sup> Rely Vinata Anjar, *Retorika Teori Dan Teknik Praktis Seni Berbicara Di Era Digital* (Banyumas: Wawasan Ilmu, 2024), h.3.

membangun emosi sehingga permasalahan permasalahan yang sering terjadi pada saat ini mudah teratasi dengan baik dan juga dengan bijak. Dengan teknik retorika, da'i akan menemukan alat alat persuasi yang memudahkan para da'i dalam mengambil hati mad'u entah itu secara emosional ataupun yang lainnya. Dengan alat-alat persuasi itulah yang akan menjadi senjata bagi orator untuk bagaimana para *mad'u* mempercayai dan juga masuk ke dalam kerangka berpikir orator, sehingga setelah mereka masuk kedalam kerangka berpikir yang dituju, para da'i akan lebih mudah masuk ke dalam emosional para pendengarnya dan yang pastinya akan lebih mudah untuk mencapai tujuan yaitu pesan dakwah yang dapat di terima dengan hati dan juga pikiran sehingga mad'u dapat menerapkan dalam bentuk aktivitas tentang apa yang disampaikan dalam penyampaian pesan dakwah tersebut. Tak hanya alat persuasi yang bisa mengsucceskan suatu retorika, akan tetapi gaya bahasa yang dipakai dalam retorika itu pun sangat mempengaruhi keberhasilan seorang orator. Dimana seorang orator harus mengetahui seperti apa bahasa yang disampaikan dan bahasa yang disampaikan tersebut harus sesuai dengan kondisi yang ada.

Tiktok adalah salah satu aplikasi di media sosial yang hampir digunakan oleh seluruh kalangan masyarakat Indonesia bahkan dunia. Tiktok sendiri merupakan vidio-vidio pendek yang di bungkus dengan cara sederhana sehingga sangat mudah untuk menarik perhatian para audiens. Tak hanya berisi vidio-vidio pendek yang menarik, tiktok juga didukung oleh instrument pendukung salah satunya musik, sehingga para pengguna sangat bebas mengekspresikan dirinya pada akun tiktok yang dimilikinya. Maka dari itu, mudah sekali untuk seseorang menyukai sebuah platform Tiktok yang sedang berkembang saat ini. Indonesia dinobatkan sebagai raja tiktok di dunia, karena pengguna Tiktok di Indonesia paling terbanyak di dunia, melebihi Amerika Serikat dan Rusia. Berdasarkan data yang di ungkap oleh statista pada Agustus 2024, Indonesia memiliki 157,6 juta pengguna

Tiktok.<sup>6</sup> Sudah sangat jelas bahwa masyarakat Indonesia sangat tertarik dan antusias sekali dengan aplikasi TikTok.

Banyaknya penggunaan aplikasi tiktok di Indonesia ini tentunya menjadi peluang sekaligus tantangan tersendiri bagi seorang da'i dalam menyampaikan dakwah Islam melalui media sosial. Sudah banyak da'i yang memanfaatkan tren tiktok sebagai media dakwahnya, di antaranya ialah akun tiktok @kadamsidik00 yang memiliki 6,1 juta pengikut, lalu juga ada akun tiktok @huseinjafar yaitu Habib Ja'far dengan pengikut 3,2 juta dan juga ada akun tiktok @kohdennislim dengan pengikut tiktok 1,7 juta, sebetulnya saat ini masih banyak lagi da'i yang menyampaikan dakwahnya melalui aplikasi TikTok sebagai media dakwahnya, dilihat dari ketenaran tren tren tiktok yang beredar di masyarakat, lalu juga video video yang mudah viral, sepertinya tiktok adalah salah satu jalan yang efektif untuk saat ini dari berbagai jalan dakwah lainnya untuk terus menyebarkan ajaran agama Islam di era teknologi seperti saat ini.

Banyak sekali para pendakwah yang bermunculan, bahkan banyak pula para pendakwah muda yang memakai aplikasi tiktok sebagai media dakwahnya. Adanya da'i - da'i muda seperti inilah yang menarik banyaknya audiens bahkan komentar komentar positif dari berbagai kalangan. Dari sekian banyaknya pendakwah yang memakai media dakwah dengan aplikasi tiktok, penulis tertarik pada akun Tiktok @kohdennislim milik seorang da'i yang bernama Dennis Lim Setiawan biasa dikenal dengan sebutan koh Dennis Lim karena dia berasal dari keluarga besar Tianghoa. Koh Denis sangat sering melakukan ceramah secara live, biasanya Koh Dennis live ketika di undang di suatu acara tertentu. Dia juga biasanya membagikan konten-konten yang inspiratif atau nasihat-nasihat seputar permasalahan anak muda di jaman sekarang. Akun tiktok Koh Dennis Lim telah di ikuti

---

<sup>6</sup>[https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia#goog\\_rewarded](https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia#goog_rewarded) ,diakses pada: 28 November 2024.

oleh 1,7 juta pengikut dan juga memiliki jumlah suka 12,7 juta (sejak penelitian ini dilakukan). Selain Tiktok, Koh Dennis Lim juga memiliki akun media sosial lainnya diantaranya yaitu instagram (@kohdennislim) dan juga Youtube (Dennis Lim Channel).

Nama Koh Dennis Lim cukup terkenal didunia maya. Terlebih dengan perjalanan hidup dia yang dulunya merupakan seorang bandar judi yang bertaubat. Sehingga banyak masyarakat yang penasaran bagaimana seorang Koh Dennis Lim dalam mencari jalan pulang dari dunia gelap tersebut. Banyak pula masyarakat yang awalnya hanya penasaran dengan cerita hidupnya yang dulunya adalah bandar judi dan akhirnya setelah itu berujung kepada ketertarikan dalam melihat konten konten dakwah yang Koh Dennis Lim sharing pada media sosial ataupun secara langsung. Gaya bahasa beliau yang sangat santun, lalu juga sangat mudah di pahami, di tambah dengan visual wajah yang tampan membuat Koh Dennis Lim banyak di kagumi oleh remaja milenial dan ibu-ibu.<sup>7</sup> Materi-materi yang di sampaikan Koh Dennis Lim pun sangat ringan yaitu sesuai dengan permasalahan kehidupan sehari hari dan juga cara dia menyampaikan suatu pesan pun terkesan bukan menggurui.

Bermula dari latar belakang tersebut, membuat peneliti penasaran terkait retorika dakwah dalam penyampaian pesan dakwah Koh Dennis Lim di media sosial dan dakwah Koh Dennis melalui media sosial Tik Tok lah yang dipilih peneliti untuk mengetahui seperti apa penerapan retorika dakwahnya. Banyak keunikan dari Koh Dennis Lim, dimulai dari pembawaannya yang sangat santai, sering bercerita di tengah tengah penyampaian dakwahnya dan yang sangat unik menurut peneliti adalah sering kali dia fokus dalam isu-isu kontemporer. Walaupun memang tidak hanya Koh Dennis Lim saja yang memakai sarana dakwah melalui media sosial Tik Tok, ada juga pendakwah lainnya seperti Ustadz Hannan Attaki

---

<sup>7</sup> Tri Wahyuni Pebriawati, 'Etika Komunikasi Islam Dalam Dakwah Koh Dennis Lim Di Media Sosial Tiktok', *AL-INSAN*, Vol 3 No 2, Mei, 2023, h. 50.

atau Husain Basyaiban yang juga menyampaikan dakwah Islam melalui media sosialnya khususnya pada media sosial TikTok. Akan tetapi pastinya ada perbedaan di setiap dakwah yang di sampaikan dari pada setiap dai'i, seperti dakwahnya Kadam Sidik atau Husain Basyaiban yang lebih formal dan fokus kepada aspek spiritual dan kejiwaan dan juga beliau lebih dekat kepada kalangan anak anak muda beda dengan gaya Koh Dennis yang santai karena fokus dengan pendekatan yang interaktif.

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan beberapa uraian yang dipaparkan di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan permasalahan sebagai berikut:

1. Dakwah dimedia sosial semakin populer sebagai sarana penyebaran pesan agama
2. Koh Dennis Lim memiliki akun TikTok @kohdennislim yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwahnya
3. Siapapun bisa menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial tanpa menerapkan retorika dakwah

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Bagaimana ethos, pathos dan logos dalam retorika dakwah Koh Dennis Lim pada akun TikTok @kohdennislim?
2. Bagaimana gaya bahasa retorika dakwah Koh Dennis Lim pada akun Tiktok @kohdennislim ?

### **D. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan rumusan masalah, maka penelitian ini dibatasi hanya pada:

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis vidio dakwah di aplikasi TikTok pada akun @kohdennislim dan hanya memilih 4 vidio saja dari bulan September 2024 sampai dengan Januari 2025

2. Penelitian ini menganalisis terkait retorika dakwah *ethos*, *pathos* dan *logos* lalu gaya bahasa menurut Gorys Keraf dan hanya gaya bahasa berdasarkan pilihan kata

### **E. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini diperlukan adanya tujuan penelitian untuk menjawab dari pertanyaan pada rumusan masalah. Beberapa tujuan yang akan di capai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui *ethos*, *pathos* dan *logos* dalam retorika dakwah Koh Dennis Lim pada akun Tiktok @kohdennislim.
2. Untuk mengetahui gaya bahasa retorika dakwah Koh Dennis Lim pada akun Tiktok @kohdennislim.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini perlu adanya manfaat ataupun kegunaannya. Penulis menambahkan dua manfaat dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan ilmu dan wawasan kepada khalayak khususnya tentang ilmu retorika dakwah dalam gaya bahasa yang dipakai seorang orator dan juga penerapan retorika seorang orator atau da'i dalam teori Aristoteles & teori Gorys Keraf, penulis berharap dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan ataupun referensi untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperbaiki dan juga menyempurnakan penelitian dimasa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Adapun dengan adanya penelitian ini, semoga peneliti dapat mengetahui dan lebih memahami bagaimana retorika dakwah Koh Dennis Lim pada pemakaian media dakwahnya yang melalui sosmed dalam teori retorika Aristoteles yaitu mencakup tiga alat persuasi. Tak hanya itu, diharapkan penulis juga dapat memahami terkait gaya bahasa yang dilakukan dalam sebuah retorika dakwah.

b. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini, diharapkan menjadi salah satu sarana bagi masyarakat agar dapat memahami lebih dalam terkait retorika terutama retorika dakwah dan juga lebih mengetahui terkait apa aja gaya bahasa yang bisa diulik dan juga penerapan retorika dalam suatu teori.

c. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan atau bahan rujukan atau dalam mengembangkan karya tulis ilmiah bagi setiap akademisi, yaitu baik dikalangan Mahasiswa UIN SMH Banten ataupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam hal ini.

## G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk menghasilkan sebuah penelitian yang komprehensif dan berkorelasi dalam melakukan penelitian yang berjudul “Retorika Dakwah Dennis Lim Pada Akun TikTok @kohdennislum ini, penelitian melakukan peninjauan terhadap penelitian yang dilakukan sebelumnya sebagai rujukan bahasan didalam penelitian ini. Diharapkan dengan rujukan tersebut dapat membentuk kerangka dasar berpikir dalam melakukan kajian, berikut adalah penelitian yang relevan diantaranya:

*Pertama*, Skripsi Nabhan Ali Nurdin pada tahun 2023, Mahasiswa Program studi Komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul “Retorika Dakwah Ustdaz Subhan Bawazier di Media Sosial Instagrm”. Abstrak dalam penelitian ini ialah dakwah adalah mengajak umat manusia untuk kembali ke fitrahnya yaitu sebagai *khalifah* di bumi dan juga sebagai hamba yang senantiasa beribadah kepada Allah S.W.T . Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui retorika dakwah Ustadz Bawazier dalam dakwahnya

dimedia sosial instagram dan juga gaya bahasa Ustadz Bawazier dalam dakwahnya.<sup>8</sup>

*Kedua*, Skripsi Lugi Muhamad Nur Latih pada tahun 2024, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan judul “Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Akun TikTok @Akang anom313 (Studi Retorika Aristoteles). Abstrak dalam penelitian ini adalah dakwah sebagai proses penyampaian pesan-pesan keagamaan memiliki peran penting dalam membangun kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai agama. Dalam era digital, pendekatan dakwah mengalami transformasi signifikan, salah satunya dengan memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui retorika dakwah ustadz Akang Anom di Tiktok.<sup>9</sup>

*Ketiga*, Skripsi Bahrhun Mahabi pada tahun 2023, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dengan judul “Gaya Retotika Dakwah Habib Husein Ja’far Alhadar Melalui Youtube Gita Wirjawan, Episode Habib Husein Ja’far: Saleh Akal dan Sosial, Bukan Hanya Ritual Endgame S2E27”. Abstrak dalam penelitian ini adalah Komunikasi adalah suatu hubungan interaksi penyampaian yang kita lakukan setiap harinya, jika komunikasi tidak tahu apa yang disampaikan komunikator maka retorika diperlukan agar apa yang kita ingin sampaikan tidak sia-sia.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Nabhan Ali Nurdin, Skripsi: ‘*Retorika Dakwah Ustadz Subhan Bawazier di Media Sosial Instagram*’ (UIN Syarif Hidayatullah, 2023).

<sup>9</sup> Lugi Muhammad Nurlatif, Skripsi: ‘*Retorika Dakwah Ustadz Akang Anom Pada Akun Tikyok @Akanganom313*’ (Universitas Islam Negeri Prof. KH. saifuddin Zuhri, 2024).

<sup>10</sup> Bahrhun Mahabi, Skripsi: ‘*Gaya Retorika Dakwah Habib Husein Ja’far Alhadar Melalui Youtube Gita Wirjawan, Episode Habib Husein Ja’far: Saleh Akal Dan Sosial, Bukan Hanya Ritual Endgame S2E27*’ (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2023).

Adapun penjelasan mengenai penelitian terdahulu yang relevan ini dapat diperinci dengan menggunakan tabel berikut:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Judul Penelitian	Metode & Teori Penelitian	Hasil Pembahasan
1	Retorika Dakwah Ustadz Subhan Bawazier di Media Sosial Instagram  Karya: Nahban Ali Nurdin	Kualitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman.  Teori yang digunakan adalah teori <i>The Five Canons of Rhetoric</i> Aristoteles	Ustadz Subhan Bawazier dalam retorika dakwahnya di media sosial instagram menerapkan 5 tahapan dalam penyusunan pidatonya. Berdasarkan pilihan kata beliau lebih sering menggunakanya bahasa percakapan, berdasarkan nadanya menggunakan gaya bahasa menengah, sederhana, serta mulia dan bertenaga. Namun lebih sering memakai nada menengah.
2	Retorika Dakwa Ustadz Akang Anom Pada Akun Tiktok @Akanganom313 (Studi Retorika Aristoteles)	Penelitian kualitatif model deskriptif dengan metode analisis isi.  Teori yang digunakan adalah teori Retorika Aristoteles terhadap 3 aspek retorik ethos, pathos, dan logos.	Ustadz Akang Anom menerapkan 3 bukti retorik, yaitu ethos, pathos, dan logos dalam setiap dakwah vidionya. Dengan menerapkan indikator pada ethos yaitu kredibilitas, integritas moral, dan koneksi emosional, kemudian pada pathos dengan indikator yaitu menggerakkan audiens, membangun koneksi, meningkatkan retensi pesan, yang terakhir logos yang merujuk pada penggunaan argumen yang logis dan rasional. Ustadz Akang Anom berhasil menguasai retorika melalui penyampaian dakwahnya.

3	Gaya Retorika Dakwah Habib Husaen Ja'far Alhadar Melalui Youtube Gita Wirjawan, Episode Habib Husaen Ja'far: Saleh Akal dan Sosial, Bukan Hanya Ritual Endgame S2E27	Pendekatan Kualitatif Deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus, menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Teori yang digunakan adalah teori Gorys Keraf yang berfokus pada pembahasan gaya bahasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gaya retorika dakwah Habib ja'far perspektif Gorys Keraf pada gaya bahasa berdasarkan pilihan bahasa adalah gaya bahasa tidak resmi dan gaya bahasa percakapan</li> <li>2. Gaya retorika dakwah Habib ja'far perspektif Gorys Keraf pada gaya bahasa berdasarkan nada adalah nada sederhana yang santun dan humoris</li> <li>3. Gaya retorika dakwah Habib ja'far perspektif Gorys Keraf pada gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat adalah struktur kalimat antiklimaks dan repetisi</li> </ol>
---	--	--	--

Aspek metode penelitian diantara penelitian sebelumnya dengan penelitian ini memang memiliki metode penelitian yang sama yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Namun, tentunya penelitian ini dengan penelitian sebelumnya pun memiliki perbedaan dan kebaruan didalamnya. Yakni pada penelitian sebelumnya menggunakan penelitian kualitatif deskriptif walaupun sama menganalisis melalui media sosial akan tetapi platformnya berbeda, penelitian sebelumnya menggunakan platform media sosial Instagram, Youtube sedangkan pada penelitian ini menggunakan platform TikTok.

Aspek teori penelitian yang digunakan oleh penelitian sebelumnya dan penelitian ini tentunya terdapat keunikan dan kebaruan yang berbeda di setiap penelitiannya. Memang teori yang dipakai hampir sama, akan tetapi fokus dari penelitian keterkaitannya yang berbeda. Dimana penelitian sebelumnya menggunakan teori Aristoteles yang berfokus pada *The Five*

*Canons of Rhetoric* yaitu *Inventio* (penemuan), *Dispositio* (penyusunan), *Elocutio* (gaya), *Memoria* (mengingat), *Pronuntiatio* (Penyampaian), lalu menggunakan teori Aristoteles yang berfokus pada tiga aspek yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*, dan juga memakai teori Gorys Keraf yang berfokus kepada gaya bahasa. Sedangkan penelitian ini menggunakan dua teori yaitu teori Aristoteles untuk menjawab bagaimana penerapan *ethos*, *pathos*, dan *logos* pada retorika dakwah yang akan diteliti dan juga menggunakan teori Gorys Keraf untuk menjawab bagaimana gaya bahasa yang di pakai oleh Koh Dennis Lim itu sendiri saat menyampaikan pesan dakwah di akun TikTok nya.

Aspek hasil penelitian pastinya memiliki perbedaan. Dimana penelitian sebelumnya dari tiga penelitian memiliki hasil penelitian mengenai tahapan tahapan dalam penyusunan pidato, penerepan ethos pathos, logos dan juga gaya bahasa retorika dakwah. Sedangkan pada penelitian ini memiliki dua fokus pembahasan sekaligus dalam satu penelitian, yaitu membahas terkait bagaimana penerapan ethos, pathos, dan juga logos dalam retorika dakwah Koh Dennis Lim di akun TikToknya dan juga membahas terkait gaya bahasa yang digunakan oleh beliau dalam menyampaikan pesan dakwah melalui platform akun TikToknya yaitu @kohdennilim.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulis dalam penelitian ini, penulis membuat sistematika atau gambaran secara singkat tentang penelitian ini, maka penulisan dalam penelitian ini disusun menjadi lima bab, yang terdiri dari:

**BAB I PENDAHULUAN** : Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang menjadi alasan dilakukannya penelitian ini, kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dan sistematika pembahasan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA dan LANDASAN TEORI** : Pada bab ini membahas tentang kajian pustaka yaitu uraian secara teoritis tentang seluruh konsep yang berkaitan dengan tema penelitian yang terditi dari

penjelasan tentang Retorika, dakwah, media, media sosial, dan juga TikTok. Pada bab tiga ini juga membahas landasan teori yang berisi uraian tentang teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori retorika Aristoteles terkait *Ethos, Pathos dan Logos* dan juga teori Gorys Keraf terkait gaya bahasa dalam retorika.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN** : Bab ini berisi terkait metode penelitian yang berisi terkait, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data

**BAB IV ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN** : Pada bab ini berisi tentang uraian singkat terkait gambaran umum yang berisi profil dan perjalanan hijrah @kohdennislim, profil akun TikToknya dan aktivitas dakwah beliau lalu temuan temuan dari penelitian yang telah dilakukan dengan disertai pembahasannya.

**BAB V PENUTUP** : Pada bab ini merupakan kesimpulan yang berisi jawaban ringkas terhadap rumusan masalah yang diajukan bab I dan juga berisi saran yang dibuat berdasarkan hasil temuan penelitian.