

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Komunikasi adalah suatu proses yang dilakukan manusia untuk mengerti keadaan di sekitarnya dan menyampaikan pengertian tersebut kepada orang lain.<sup>1</sup> Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan ide, pikiran, dan perasaan kepada orang lain.<sup>2</sup> Dalam konteks Islam, komunikasi memiliki kedudukan yang sangat penting, terutama sebagai sarana dakwah.<sup>3</sup> Dakwah pada hakikatnya adalah proses penyampaian ajaran Islam kepada umat manusia agar memahami, meyakini, dan mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupannya.<sup>4</sup> Oleh karena itu, dakwah menuntut adanya keterampilan komunikasi yang efektif, tepat sasaran, dan mampu menyentuh hati audiens. Allah SWT.<sup>5</sup> berfirman dalam QS. An-Nahl Ayat 125 :

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

---

<sup>1</sup> Sarah Trenholm, *Thinking Through Communication An Introduction to the Study of Human Communication, International Student Edition* (Taylor & Francis, 2020).

<sup>2</sup> Syifa Hamama dan Muhammad Achid Nurseha, "Memahami komunikasi verbal dalam interaksi manusia," *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah* 3, no. 2 (2023): 136–43.

<sup>3</sup> Luluk Fikri Zuhriyah, *Menelusuri Pemikiran Progresif Tokoh Dakwah Nasional* (Madani Kreatif Publisher, 2025).

<sup>4</sup> Ahmad Asmuni, "Filsafat dan Dakwah," *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 8, no. 1 (2017): 86–99.

<sup>5</sup> Siti Fatima dan Mad Sa'i, "Strategi Komunikasi dengan Pendekatan Audience-Centered dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan pada Sharing Session Bingkis Ramadhan di Pamekasan, Madura," *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2025): 1215–28.

*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.*

Salah satu aspek penting dalam komunikasi dakwah adalah retorika.<sup>6</sup> Retorika merupakan seni berbicara yang tidak hanya memperhatikan isi pesan, tetapi juga cara penyampaiannya.<sup>7</sup> Dalam konteks dakwah, gaya bahasa tersebut berkaitan erat dengan gaya retorika, yaitu kemampuan pendakwah dalam menyampaikan pesan secara menarik, persuasif, dan menyentuh hati pendengar agar nilai-nilai dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.<sup>8</sup> Menurut Gorys Keraf (1984:113) bahwa gaya bahasa merupakan cara pengungkapan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis.<sup>9</sup>

Di era globalisasi, perkembangan teknologi komunikasi memberikan perubahan besar terhadap cara manusia berinteraksi.<sup>10</sup> Kehadiran media digital, khususnya internet, telah membuka ruang baru bagi penyebaran

---

<sup>6</sup> Muhammad Saleh dan Risma Listia, "Urgensi Retorika Dalam Perspektif Komunikasi Islami," *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam* 12, no. 1 (2022): 61–71.

<sup>7</sup> Marya Ulfa dkk., "Retorika dakwah wajdi azim di media sosial instagram," *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam* 17, no. 1 (2025): 61–68.

<sup>8</sup> Miftachul Aula, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Handy Bonny dalam Membina Spirit Hijrah Anak Muda," *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 6, no. 1 (2025): 177–88.

<sup>9</sup> Nela Julia Maulida dkk., "Analisis Gaya Bahasa Novel Badai Matahari Andalusia Karya Hary El-Parsia," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 7, no. 4 (2022): 2261–69.

<sup>10</sup> Romlah Harniati Hapsah dkk., "Dinamika interaksi manusia, masyarakat, dan budaya dalam era globalisasi dan modernisasi," *Jurnal Ilmu Pendidikan & Sosial (Sinova)* 2, no. 2 (2024): 191–202.

informasi, termasuk dakwah.<sup>11</sup> Jika pada masa lalu dakwah hanya dilakukan melalui mimbar masjid, majelis taklim, atau pengajian tatap muka, maka saat ini dakwah dapat dilakukan secara lebih luas melalui media sosial dan *platform* digital.<sup>12</sup> Media digital memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens lintas batas geografis, sosial, bahkan budaya.<sup>13</sup>

Salah satu *platform* digital yang paling populer saat ini adalah YouTube. Sebagai media berbagi video terbesar di dunia, YouTube digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk para pendakwah, untuk menyampaikan pesan dakwahnya.<sup>14</sup> Fenomena ini kemudian melahirkan istilah “dakwah digital”, yaitu kegiatan menyampaikan pesan-pesan Islam melalui media internet dalam bentuk *audio-visual*.<sup>15</sup> Dakwah digital memiliki daya tarik tersendiri karena sifatnya yang fleksibel, interaktif, dan mudah diakses kapan saja serta di mana saja oleh masyarakat.<sup>16</sup>

Dalam konteks dakwah digital, gaya retorika menjadi sangat penting. Hal ini dikarenakan audiens YouTube sangat beragam, mulai dari anak muda hingga orang dewasa, dengan latar belakang sosial dan pendidikan yang

---

<sup>11</sup> Ridwan Rustandi, “Cyberdakwah: Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah islam,” *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2019): 84–95.

<sup>12</sup> Novi Anggraeni dkk., “Dakwah Digital: Pendorong Perubahan Sosial Di Masyarakat Modern,” *Madrassa: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Teknologi* 1, no. 2 (2025): 30–41.

<sup>13</sup> Abd Bari dkk., “Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah Islam,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 19, no. 2 (2025): 828–39.

<sup>14</sup> Erwan Effendy dkk., “Media Youtube Sebagai Dakwah Pemersatu Umat Islam (Analisis Channel YouTube Ustadz Abdul Somad, Lc., MA, Ph. D.),” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 3, no. 5 (2023): 6539–45.

<sup>15</sup> Mamdukh Budiman, *Al Islam dan Kemuhammadiyah: Sejarah, Ideologi, dan Praktik Berkemajuan untuk Pembangunan Berkelanjutan* (Bukuloka Literasi Bangsa, 2025).

<sup>16</sup> Muzayyanah Yuliasih, “The strategy using Youtube as Da’wah media today,” *Jurnal Da’wah: Risalah Merintis, Da’wah Melanjutkan* 5, no. 1 (2022): 29–41.

beragam.<sup>17</sup> Seorang dai harus mampu mengemas ceramahnya dengan gaya retorika yang menarik agar tidak ditinggalkan oleh penonton.<sup>18</sup> Dakwah di media digital menuntut penyampaian yang komunikatif, jelas, penuh penghayatan, dan relevan dengan kebutuhan audiens.<sup>19</sup>

Salah satu tokoh dakwah yang aktif memanfaatkan media digital adalah Habib Musthofa Al-Haddar melalui *channel* YouTube Mahabbah Al\_Haddar. *Channel* ini memiliki sekitar 45,2 ribu subscriber, dengan jumlah video mencapai 413 dan total penayangan sekitar 4,4 juta kali. *Channel* tersebut dibuat pada tanggal 30 Maret 2021 dan hingga kini terus aktif menyebarkan konten-konten dakwah yang bernuansa keislaman. Habib Musthofa Al Haddar dikenal sebagai sosok pendakwah yang memiliki gaya penyampaian unik, komunikatif, dan menyentuh. Ceramah Habib Musthofa Al-Haddar di *channel* YouTube banyak diminati karena menggunakan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, dan sarat dengan nilai-nilai spiritual. Tidak hanya itu, ia juga memadukan gaya bahasa dengan intonasi suara yang penuh penekanan emosional serta gerak tubuh yang memperkuat makna pesan dakwah.<sup>20</sup>

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa Habib Musthofa Al-Haddar memiliki ciri khas retorika yang membedakannya dari pendakwah lain. Ia

---

<sup>17</sup> Bari dkk., “Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah Islam.”

<sup>18</sup> Ulfa dkk., “Retorika dakwah wajdi azim di media sosial instagram.”

<sup>19</sup> Naria Giofandi, “Humor Rasulullah Dalam Hadis: Etika Komunikasi Dakwah Humanis Di Era Digital,” *Arba: Jurnal Studi Keislaman* 1, no. 4 (2025): 304–19.

<sup>20</sup> Rintoh, *Retorika Modern Seni Berbicara di Dunia Terhubung* (Bima Utama Press, 2025).

tidak hanya menyampaikan pesan agama secara kognitif, tetapi juga membangun ikatan emosional dengan audiens melalui ekspresi verbal maupun non-verbal.<sup>21</sup> Hal ini sejalan dengan pandangan dalam ilmu komunikasi yang menekankan bahwa penyampaian pesan yang efektif harus memperhatikan aspek isi pesan (*content*), cara penyampaian (*delivery*), dan penerimaan audiens (*audience response*).<sup>22</sup>

Di samping itu, penelitian tentang gaya retorika dalam dakwah memiliki urgensi yang tinggi.<sup>23</sup> Pertama, gaya retorika dapat menjadi indikator efektivitas komunikasi dakwah, apakah pesan yang disampaikan dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat.<sup>24</sup> Kedua, penelitian ini dapat memperlihatkan bagaimana strategi komunikasi seorang dai di era digital mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi.<sup>25</sup> Ketiga, penelitian ini dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam konteks retorika Islam.<sup>26</sup>

Habib Musthofa Al-Haddar dalam *channel* YouTube Mahabbah Al\_Haddar menghadirkan dakwah yang bukan hanya informatif, tetapi juga

---

<sup>21</sup> Winda Kustiawan dkk., “Efektifitas Dakwah Visual Terhadap Perubahan Sikap Keagamaan Mahasiswa,” *MUDABBIR Journal Research and Education Studies* 5, no. 2 (2025): 604–10.

<sup>22</sup> Siti Hajar dan Yuliana Putri Syaesti, “Efektivitas strategi komunikasi dalam memengaruhi opini publik,” *Jurnal studi interdisipliner perspektif* 24, no. 1 (2024): 39–45.

<sup>23</sup> Mohd Rafiq, “Urgensi retorika dalam aktivitas dakwah,” *Fitrah: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman* 1, no. 1 (2016): 131–46.

<sup>24</sup> Asriadi Asriadi, “Retorika sebagai Ilmu Komunikasi dalam Berdakwah,” *Al-MUNZIR* 13, no. 1 (2020): 89–106.

<sup>25</sup> Suharto Suharto, “Efektivitas Komunikasi Dakwah: Kecerdasan Komunikasi dan Retorika Dakwah,” *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi* 10, no. 1 (2014): 35–46.

<sup>26</sup> Saleh dan Listia, “Urgensi Retorika Dalam Perspektif Komunikasi Islami.”

persuasif. Ia mampu menggabungkan retorika klasik dengan gaya komunikasi modern, sehingga dakwahnya terasa segar dan relevan bagi audiens masa kini.<sup>27</sup> Misalnya, penggunaan bahasa yang lugas namun penuh makna, intonasi suara yang mampu menggerakkan perasaan, serta gestur tubuh yang memperkuat pesan dakwah.<sup>28</sup> Gaya retorika semacam ini menarik untuk diteliti lebih dalam, karena dapat memberikan pemahaman baru tentang bagaimana retorika memengaruhi daya tarik dakwah di media digital.<sup>29</sup>

Selain itu, penelitian ini juga penting dalam konteks sosial masyarakat.<sup>30</sup> Saat ini banyak pendakwah yang muncul di media digital dengan gaya penyampaian yang beragam.<sup>31</sup> Namun, tidak semua pendakwah mampu menjaga keseimbangan antara isi pesan dakwah dan gaya retorika.<sup>32</sup> Ada yang lebih menonjolkan sisi hiburan, ada pula yang terlalu kaku sehingga kurang diminati.<sup>33</sup> Oleh karena itu, mengkaji gaya retorika Habib Musthofa Al-Haddar dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana seorang dai

---

<sup>27</sup> Putri Utami dan Dedy Rahmad Sitinjak, “Analisis Retorika dan Strategi Komunikasi dalam Pidato Kenegaraan Presiden Prabowo pada Sidang Tahunan Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) 2025,” *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 12 (2025).

<sup>28</sup> Muhammad Rifqi dan Mir’atun Hasanah, “GAYA KOMUNIKASI DAKWAH GURU TUNGKAL,” *TASHWIR* 12, no. 02 (2024): 91–97.

<sup>29</sup> Rahmah Rahmah dkk., “RETORIKA KOMUNIKASI DAKWAH DAS’AD LATIF DI YOUTUBE,” *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam* 7, no. 2 (2025): 157–66.

<sup>30</sup> Siti Hidayana Husri, “Prinsip-Prinsip Komunikasi Dakwah Berbasis Media Online: (Studi Retorika KH. Buya Syakur Yasin Pada Channel Akun Youtube KH Buya Syakur Yasin MA),” *Jurnal Jurnalisa* 9, no. 2 (t.t.).

<sup>31</sup> Firman Maulidna dkk., “Etika dakwah di media digital: Tantangan dan solusi,” *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 3, no. 2 (2025): 315–36.

<sup>32</sup> Ajeng Pridiastuti, “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, no. 2 (2022): 1–20.

<sup>33</sup> Irzum Fariyah, “Media dakwah pop,” *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2013): 25–45.

dapat tetap otentik, komunikatif, dan efektif dalam menyampaikan dakwah di era digital. Dengan demikian, penelitian ini relevan untuk dilakukan karena dapat menjawab kebutuhan akademis sekaligus praktis.<sup>34</sup> Secara akademis, penelitian ini memperkaya kajian retorika dalam komunikasi dakwah, khususnya di media digital.<sup>35</sup> Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi para pendakwah dalam mengembangkan strategi dakwah yang lebih menarik, persuasif, dan sesuai dengan perkembangan zaman.<sup>36</sup>

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Gaya Retorika Habib Musthofa Al-Haddar dalam *Channel* YouTube Mahabbah Al\_Haddar.”

## **B. Fokus Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana gaya bahasa Habib Musthofa Al-Haddar dalam *channel* YouTube Mahabbah Al\_Haddar.

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya bahasa Habib Musthofa Al-Haddar dalam *channel* YouTube Mahabbah Al\_Haddar.

---

<sup>34</sup> Lathifah Hanum dkk., “Telaah Konsep Dasar Penelitian Pendidikan Dan Relevansinya Terhadap Peningkatan Kualitas Karya Ilmiah di Lembaga Pendidikan Islam,” *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2025): 442–53.

<sup>35</sup> Febrina Tri Anjani dkk., “MAKNA RETORIKA ISLAM DAN PSIKOLOGI KOMUNIKASI DAKWAH DALAM PENYAMPAIAN PESAN TABLIGH BUYA YAHYA,” *Jurnal Psikososial dan Pendidikan* 1, no. 4 (2025): 2193–208.

<sup>36</sup> Muhammad Fahmi dkk., “Strategi Dakwah Digital dalam Podcast Escape Ustad Felix Siauw,” *Ad-DA'WAH* 23, no. 2 (2025): 95–105.

## **D. Signifikansi Penelitian**

### 1. Secara Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Dakwah, khususnya yang berkaitan dengan gaya retorika dakwah di media digital. Hasil penelitian ini dapat memperkaya perspektif teoretis mengenai penerapan retorika dalam dakwah melalui *platform* YouTube serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji komunikasi dakwah dan retorika keislaman.

### 2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan rujukan bagi para da'i, pendakwah, maupun pengelola media dakwah dalam mengembangkan strategi penyampaian pesan dakwah yang efektif dan komunikatif. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi akademisi dan mahasiswa sebagai sumber referensi dalam penelitian terkait gaya retorika dakwah, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah.

## **E. Definisi Operasional**

### 1. Gaya Retorika

Gaya retorika berasal dari dua kata yakni gaya dan retorika.<sup>37</sup> Gaya atau style bagian dari diksi atau pilihan kata yang membahas tepat atau tidaknya pemakaian sebuah kata, frasa atau klausa tertentu dalam menghadapi suatu kondisi.<sup>38</sup> Retorika merupakan kajian tentang bagaimana seseorang berbicara dan menulis secara efektif untuk menyampaikan pesan secara jelas.<sup>39</sup> Gaya retorika merujuk pada beragam teknik yang dipakai untuk memperkuat daya tarik dan efek persuasif dalam sebuah pidato maupun tulisan.<sup>40</sup> Gaya ini mencakup unsur- unsur bahasa dan non bahasa yang turut membentuk cara penyampaian pesan.<sup>41</sup>

## 2. Dakwah

Secara istilah, kata dakwah merupakan kata kerja yang berarti menyeru, memanggil, mengajar.<sup>42</sup> Kata dakwah sering dirangkaikan dengan kata "Ilmu" dan kata "Islam", sehingga menjadi "Ilmu dakwah" dan "Ilmu Islam" atau ad- dakwah al-Islamiyah.<sup>43</sup> Materi dakwah Habib Musthofa Al-Haddar yang dijadikan objek dalam penelitian ini mencakup sepuluh ceramah yang dipublikasikan melalui channel YouTube Mahabbah Al\_Haddar.

---

<sup>37</sup> IH Hidayatullah dkk., "Gaya Retorika Dakwah Bang Aswan," *TABLIGH: JURNAL KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM* *Учредители: Sunan Gunung Djati State Islamic University of Bandung* 8, no. 1 (2024).

<sup>38</sup> Sahroni A. Jaswadi Kholid Noviyanto, *Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih penceramah* (t.t.).

<sup>39</sup> Gregory T Howard, *A Glossary of Rhetorical Terms* (Xlibris US, 2018).

<sup>40</sup> Amelia Febrianti dkk., "Retorika Politik Dalam Debat Capres Dan Cawapres 2024," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 4 (2024): 15033–49.

<sup>41</sup> Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (Rizky, 2020).

<sup>42</sup> Triono Ali Mustofa, Mohammad Zakki Azani, *Proceedings of the International Conference on Islamic and Muhammadiyah Studies (ICIMS 2023)* (Atlantis Press SARL, 2023).

<sup>43</sup> Novri Hardian, *DAKWAH DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN DAN HADITS*, t.t.

### 3. Habib Musthofa Al-Haadar

Habib Musthofa bin Sholeh Al-Haddar adalah seorang dai yang menjadi objek penelitian dalam kajian gaya retorika dakwah. Ia lahir pada 1 April 1977 M yang bertepatan dengan 12 Rabiul Akhir 1397 H dan berasal dari keluarga yang memiliki latar belakang keilmuan Islam yang kuat. Ia merupakan putra dari Al-Habib Sholeh bin Abdullah Al-Haddar yang memiliki hubungan keilmuan dengan Al-Habib Ahmad bin Abdullah Al-Muhdhor Bondowoso. Dalam penelitian ini, Habib Musthofa Al-Haddar dipahami sebagai tokoh dakwah yang memiliki latar belakang pendidikan formal di sekolah umum serta pendidikan keagamaan di Madrasah Al-Khairiyyah dan Pondok Pesantren Al-Zahra Bondowoso. Dengan demikian, definisi operasional tokoh ini merujuk pada sosok dai yang memiliki latar belakang keluarga religius, pendidikan keislaman, serta aktivitas dakwah yang menjadi fokus kajian dalam penelitian.<sup>44</sup>

### 4. YouTube

Sebagai *platform* media berskala global, YouTube memainkan peran penting dalam penyebaran konten digital yang berbasis interaksi sosial.<sup>45</sup> Statistik publik menunjukkan tingginya aktivitas pengguna, ditandai dengan unggahan video yang mencapai lebih dari 48 jam per menit dan miliaran penayangan setiap hari. YouTube juga terhubung dengan jejaring sosial

---

<sup>44</sup> Diki Rifattama, *Dakwah Sang Habib* (Cakrawala Media Pustaka, 2023).

<sup>45</sup> Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, "Youtube seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran," *Jurnal Dakwah* 23, no. 1 (2019): 23–38.

daring guna menunjang pengalaman pengguna dalam mengakses maupun menyiarkan konten. Melalui sistem langganan, *platform* ini menghubungkan pengguna terdaftar dan menyediakan notifikasi terkait pembaruan aktivitas sosial serta konten dari channel yang diikuti.<sup>46</sup>

## F. Penelitian Terdahulu

Peneliti disini akan menyajikan beberapa penelitian yang relevan dengan judul di atas sebagai berikut:

Pertama, penelitian Ilka Sawidri Daulay,<sup>47</sup> judul penelitian ini tentang Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “Uas Ceramah Di Mabes Tni AD” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Lucas ). Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah ustadz Abdul Somad terbilang bagus. Meskipun menggunakan metode tanpa persiapan. Dikemas dengan menarik, sehingga materi dakwah dapat disampaikan dengan baik. Dakwah yang beliau gunakan bersifat mendidik, membangkitkan kepercayaan, dan menggerakkan hati. Dakwah beliau tanpa paksaan, namun dengan ketegasan dalam menyampaikan dakwah menjadi daya tarik bagi audiens.

---

<sup>46</sup> Mirjam Wattenhofer dkk., “The YouTube social network,” 6, no. 1 (2012): 354–61.

<sup>47</sup> Ilka Sawidri Daulay, *Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Youtube (Analisis Pada Video “Uas Ceramah Di Mabes Tni Ad” Berdasarkan Teori Public Speaking Stephen E. Lucas)*, 2019.

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah menggunakan metode penelitian kualitatif dan meneliti retorika dakwah di youtube. Adapun Perbedaan yaitu pada subjek penelitian.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Unsiyatul Uyun,<sup>48</sup> judul penelitian ini tentang Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa retorika dakwah Husain Basyaiban dalam seluruh konten video dakwah yang diproduksi dalam media tiktok menjadi salah satu stimulus terbesar dalam membentuk karakter perilaku manusia sesuai ajaran islam melalui media sosial.

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan ialah pada metode penelitian kualitatif dan meneliti retorika dakwah. Adapun perbedaannya terletak pada media, penelitian ini berupa media tiktok sedangkan penulis media youtube.

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Vita Nurzetia,<sup>49</sup> Judul penelitian ini tentang Retorika Dakwah Ustadzah Dra Hj. Marwati Di Majelis Ta'lim Al-Ihsan Labuhan Ratu Bandar Lampung . Adapun hasil dari penelitian ini Adapun hasil dari penelitian ini yaitu, Gaya Bahasa, berdasarkan pilihan kata mudah dipahami singkat dan jelas. Gaya Suara,yang digunakan lemah lembut

---

<sup>48</sup> Unsiyatul Uyun, "Retorika Dakwah Husain Basyaiban dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok," *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2023): 125–43.

<sup>49</sup> Nurzetia Vita, "RETORIKA DAKWAH USTADZAH Dra Hj. MARWATI DI MAJELIS TA'LIM AI-IHSAN LABUHAN RATU BANDAR LAMPUNG" (PhD Thesis, UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2022), <https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/21209>.

sehingga para jamaah dengan tidak menyadari meneteskan air mata. Seni Bahasa yang digunakan adalah bahasa yang santun, sesuai dengan tema dan isi yang disampaikan mengenai hati.

Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan ialah pada metode penelitian kualitatif dan meneliti retorika dakwah. Adapun perbedaannya terletak pada subjek penelitian.

Keempat, Skripsi yang ditulis oleh Astrid Novia,<sup>50</sup> judul penelitian ini tentang Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki di YouTube” mengkaji gaya penyampaian dakwah Hanan Attaki melalui media YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya retorika yang digunakan cenderung komunikatif, sederhana, dan dekat dengan generasi muda. Ustadz Hanan Attaki menggunakan bahasa santai, storytelling, serta pendekatan emosional dan motivasional sehingga pesan dakwah mudah diterima oleh kalangan milenial.

Adapun Persamaan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada penggunaan metode kualitatif deskriptif serta sama-sama mengkaji gaya retorika dakwah di media YouTube. Adapun perbedaannya penelitian ini meneliti retorika Hanan Attaki yang bersifat santai dan motivasional, sedangkan penulis mengkaji retorika Habib Musthofa Al Haddar dalam

---

<sup>50</sup> Astrid Novia Pahlupy, “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Di Youtube” (Skripsi, UIN WaliSongo, 2019), <https://eprints.walisongo.ac.id/11002/1/FULL%20SKRIPSI.pdf>.

channel Mahabbah Al Haddar yang lebih menonjolkan repetisi, paralelisme, kontras motivasi, serta ketegasan dalam penyampaian.

Kelima, Skripsi yang ditulis oleh Achmad Fauzan,<sup>51</sup> judul penelitian ini tentang Retorika Dakwah pada Aplikasi TikTok @zahidsamosir” mengkaji gaya penyampaian dakwah melalui *platform* TikTok pada akun @zahidsamosir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika dakwah yang digunakan bersifat singkat, padat, dan langsung pada inti pesan. Gaya bahasa yang dipakai cenderung persuasif, komunikatif, serta menyesuaikan dengan karakteristik konten video berdurasi pendek. Selain itu, penggunaan ekspresi wajah, intonasi tegas, dan penyampaian yang lugas menjadi kekuatan utama dalam menarik perhatian audiens.

Adapun Persamaan penelitian yang akan dilakukan ialah terletak pada penggunaan metode kualitatif deskriptif serta sama-sama mengkaji retorika dakwah di media sosial. Adapun perbedaannya penelitian ini meneliti retorika dakwah pada aplikasi TikTok dengan format video singkat, sedangkan penulis meneliti gaya retorika dakwah di YouTube yang memiliki durasi ceramah lebih panjang.

Keenam, Skripsi yang ditulis oleh Irmawati,<sup>52</sup> Judul Penelitian ini tentang Retorika Dakwah Ustad Das’ad Latief di YouTube (Studi

---

<sup>51</sup> ACHMAD FAUZAN, *Retorika dakwah pada aplikasi Tiktok@ zahidsamosir*, t.t., diakses 12 Februari 2026, [https://eprints.walisongo.ac.id/23936/1/Skripsi\\_1801026094\\_Achmad\\_Fauzan.pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/23936/1/Skripsi_1801026094_Achmad_Fauzan.pdf).

<sup>52</sup> Irmawati Irmawati, “Retorika Dakwah Ustad Das’ ad Latief di Youtube (Studi Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare)” (Tesis, IAIN Parepare, 2021).

Dramatisme dan Resepsi Khalayak di Kota Parepare) mengkaji retorika Ustad Das'ad Latief di YouTube dengan menggunakan teori dramatisme Kenneth Burke dan resepsi khalayak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya dakwahnya bersifat dramatik, ekspresif, dan humoris, serta efektif membangun kedekatan emosional dengan audiens. Masyarakat Parepare umumnya menerima gaya tersebut secara positif karena mudah dipahami dan menarik.

Adapun persamaannya ialah terletak pada fokus kajian retorika dakwah di media YouTube dan penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif. Adapun perbedaannya, penelitian Irmawati menggunakan teori dramatisme dan menganalisis resepsi khalayak, sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada analisis gaya retorika dan gaya bahasa Habib Musthofa Al-Haddar dalam *channel* Mahabbah Al\_Haddar tanpa mengkaji respons audiens.

## **G. Sistematika Penulisan**

**Bab I** : Pada bab pertama ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi/kegunaan penelitian, definisi istilah, serta penelitian terdahulu.

**Bab II** : Pada bab kedua ini membahas kajian teori yang menjelaskan deskripsi umum terhadap objek yang diteliti serta konsep-konsep teoretis yang relevan dengan penelitian.

**Bab III:** Pada bab ketiga ini membahas metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

**Bab IV :** Pada bab keempat ini merupakan bagian inti penelitian yang menyajikan hasil penelitian serta pembahasan berdasarkan data yang telah dianalisis.

**Bab V :** Pada bab kelima ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban atas rumusan masalah penelitian serta saran yang diberikan peneliti