

Studi Kasus Dakwah Ustadzah Nafisah Trainer Sebagai Bentuk Komunikasi Retorika di Media TikTok

¹Erlan Gantira, ²Lilis Satriah

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati

¹erlan.gantira@gmail.com

Abstract

Retorica or the art of speaking in public has a very important role in Islamic da'wah. These skills are not only needed in everyday life, but also in the world of work. One of the challenges of Da'wah in the current era is preaching through digital-based social media. Many preachers have emerged who deliver their da'wah through these media. One of the Da'wah programmes managed by Ustadzah Nafisah Trainer through TikTok social media.. This research was conducted to find three factors: a) Etos or credibility da'i; b) Pathos, or the emotional response to mad'u; and c) Logos, or the message that is sent. The research used virtual ethnography methodology, whereby phenomena that are observed on the ground are described and interpreted using a virtual perspective. From the results of the research illustrated that Nafisah Trainer program on social media platform TikTok presents a virtual phenomenon, such as like virtual response, love virtual response and giving rewards visual response, and all program is interesting and providing mad'u with positive reinforcement after the event.

Keywords: *Dakwah And Rethorica in TikTok; Rethorica in Social Media; Da'wah in TikTok.*

Abstrak

Retorika merupakan hal yang tidak bisa dihindari. Retorika merupakan keterampilan yang penting dalam kehidupan sehari-hari dan dunia kerja. Salah satu tantangan dakwah di era sekarang adalah berdakwah di media sosial berbasis digital. Telah banyak lahir dai-dai yang menyampaikan dakwahnya dengan menggunakan media ini. Salah satunya ustadzah Nafisah Trainer di media TikTok. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui a) faktor *Etos* yaitu faktor kredibilitas da'i, b) faktor *Pathos* yaitu respon emosional para mad'u, dan c) faktor *Logos* yaitu cara pesan yang disampaikan. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode studi etnografi virtual, dimana fenomena-fenomena dakwah digambarkan dan didalami dari aspek virtual. Dari hasil penelitian

tergambarkan bahwa program dakwah Nafisah Trainer di media sosial TikTok menggambarkan sebuah fenomena virtual yang menarik seperti memberikan berbagai tanggapan yang dalam virtual gambar-gambar suka, virtual dicintai, virtual pemberian reward, menciptakan kesedihan dan secara keseluruhan para mad'u memberikan tanggapan dan komentar yang baik setelah mengikuti acara ini.

Kata Kunci: Dakwah; Retorika di TikTok; Retorika di media sosial; Dakwah di TikTok.

PENDAHULUAN

Dakwah difungsikan sebagai suatu kegiatan yang tersturtur dalam menyampaikan pesan dari da'i kepada mad'u agar selalu ada di jalan Allah dan menerima dan mengikuti segala perintah-Nya serta menjauhi larangan-Nya yang mana terdapat nilai-nilai Islam didalamnya yang bertujuan untuk menghidupkan kembali fungsi ajaran agama dalam kehidupan manusia (Tiffany, Fatoni., 2016: 112). Pada saat berdakwah, secara tidak langsung seorang penceramah telah mengajak audiencenya untuk bermuhasabah. Muhasabah yaitu aktivitas introspeksi diri, mawas, atau meneliti diri. Menurut Syukur (Syukur, 2006:83) mempertimbangkan perbuatan pada tiap tahun, tiap bulan, tiap hari, bahkan setiap saat yang telah dilakukan. maka muhasabah tidak harus dilakukan hanya pada akhir tahun atau akhir bulan. Namun perlu juga dilakukan setiap hari, bahkan setiap saat. Dengan melakukan instropeksi diri/muhasabah, selain dapat mendorong orang untuk menyadari perbuatan khilafnya, dapat pula menjadi motivasi dalam mendekatkan diri kepada Allah, mendorong kearah hidup yang bermakna dalam dataran kesehatan mental, dan hidup bermanfaat sebagaimana perilaku manusia sejati yang ciri-cirinya menurut Marcel (tokoh psikologi Eksistensial) sebagai berikut: (1). Memiliki semangat partisipasi, (2). Semangat kesiapsiagaan dan (3). Memiliki harapan kepada yang mutlak (Hadziq, 2005: 32).Berdakwah dari masa ke masa melahirkan pola dan strategi yang berbeda-beda bergantung pada situasi dan kondisi masyarakatnya dan perkembangan teknologi media komunikasi di jamannya. Di jaman kolonial tentunya dakwah cenderung dilakukan dalam bentuk tabligh di pesantren dan masjid di kala Jumat.

Dakwah tabligh adalah dakwah yang khusus bertujuan untuk menyampaikan, to inform, oleh karenanya dakwah tabligh memerlukan kemampuan khusus di bidang retorika. Materi dakwah seputar etika sosial, fiqih sehari-hari dan kebahagiaan keluarga. Sejalan dengan terbukanya kemerdekaan bangsa Indonesia dan hadirnya media massa atau sekarang disebut media konvensional seperti Radio, Televisi dan Koran maka materi dakwah lebih bebas namun dilakukan dalam suatu sistem kontrol yang bisa dijaga, terutama mengenai materi/isi dakwah agar tidak bersinggungan langsung dengan politik, kekuasaan, pemerintahan. Seorang da'i akan dipilih oleh

manajemen program media untuk menyampaikan dakwahnya. Setelah reformasi maka isi dakwah di media konvensional semakin lebih bebas, bebas berpendapat, memberikan kritik sosial dan kritis terhadap pemerintah dan penguasa. Sejak tahun 1998 bermunculan da'i atau ulama yang mendapatkan respect dan idola masyarakat. Ke-kritisannya di dalam isi dakwahnya mendapatkan sambutan yang baik dari masyarakat.

Ketika teknologi komunikasi semakin berkembang dan lahir media-media digital yang digunakan untuk bersosialisasi (Sosial Media) maka dinamika perdakwaan di Indonesia semakin ramai, bermunculan ustadz-ustadz baru yang disukai oleh masyarakat digital (netizen). Penggunaan media sosial sebagai media dakwah menjadi salah satu trend di era digital sekarang. Dengan berkembangnya teknologi komunikasi maka kegiatan dakwah menjadi suatu keharusan. Tantangan para da'i untuk berdakwah di media yang berbasis internet ini adalah suatu kenyataan yang tidak dapat dipungkiri. Salah satu media sosial yang akhir-akhir ini digemari oleh masyarakat Indonesia adalah TikTok. Pada saat muncul pertama kali di Indonesia, TikTok sering digunakan media hiburan, bahkan para penggunanya banyak yang mempertontonkan aktivitas menari seperti halnya di jaman jahiliah dahulu. Tanggapan negatif masyarakat terhadap media sosial ini secara perlahan mulai menurun karena banyaknya content creator Islam yang justru menyampaikan pesan-pesan ke-Islaman dengan berbagai cara dan ide yang kreatif. Salah satu keunggulan aplikasi TikTok adalah adanya fasilitas Live Streaming, Dimana seorang content creator dapat berinteraksi secara langsung dengan orang-orang yang mem-follow-nya atau netizen yang kebetulan "hinggap" di saat live streaming tersebut. Banyak sekali para da'i dan motivator yang mempunyai massa yang banyak ketika aktivitas live streaming tersebut berjalan. Salah satu content creator Islam yang banyak followers juga fans-nya adalah Ustadzah Nafisah dengan nama akun TikTok-nya adalah @nafisah_trainer dengan jumlah pengikut saat ini 50.5K. Aktivitas sosial media TikTok ustadzah Nafisah sangatlah beragam, dari mulai acara live streaming dzikir pagi, Asmaul Husna, sholawatan, muhasabah dan motivasi untuk kehidupan sehari-hari.

Adalah suatu fenomena yang menarik untuk diteliti bila aktivitas Live Streaming yang setiap hari dilakukan oleh ustadzah Nafisah ini adalah suatu kegiatan dakwah yang menjadi pilihan netizen. Begitu pula yang terjadi bila seorang da'i berdakwah di media sosial, unsur kreativitas seperti halnya yang dilakukan ustadzah Nafisah yang berdakwah dengan mengangkat konten muhasabah, melakukan interopeksi diri dan meyakini bahwa segala permasalahan hidup akan selesai dengan pertolongan Allah. Fenomena penggunaan media sosial untuk berdakwah seperti halnya TikTok menarik untuk dijadikan obyek penelitian tentang studi kasus dakwah di media sosial. Yang menjadi identifikasi masalah dari mini riset ini adalah unsur etos, pathos dan logos yang tervisualisasi seperti, penggunaan live streaming

@nafisah_trainer mendapat tanggapan dari mad'u yang menontonnya, unsur dakwah kontekstual yang dilakukan oleh @nafisah_trainer dan konten dakwah yang disampaikan oleh @nafisah_trainer. Kegunaan penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menjadi kajian tentang penggunaan live streaming TikTok sebagai media dakwah kontekstual ustadzah Nafisah trainer. Sedangkan kegunaan praktis dengan adanya penelitian ini maka bisa menjadi panduan praktis tentang penggunaan live streaming TikTok sebagai media dakwah kontekstual ustadzah Nafisah Motivator.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi Etnografi Virtual, dimana fenomena-fenomena dakwah dari sisi teori retorika yang disampaikan di media digital virtual akan dikaji dan didalami. dengan penelitian etnografi virtual ini peneliti. Dalam hal ini tentunya lambang-lambang pesan virtual (gambar/sign/lambang/sound, percakapan dan komentar) yang ada dan disajikan di media TikTok dalam program Nafisah Trainer yang dilakukan dalam format Live Streaming. Peneliti (ethnographer) akan terlibat langsung baik secara diam-diam maupun terang-terangan di program tersebut yang berlangsung setiap pagi mulai pukul 05.00 sd 07.00 wib di media TikTok untuk mendapatkan fenomena-fenomena atau kejadian kejadian yang terjadi sesungguhnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Yang menjadi catatan bagi ustadz yang menyampaikan dakwah di media sosial tentunya harus memperhatikan “etika berkomunikasi” dalam islam sebagaimana yang digali melalui nash (AlQur'an) yang kaitannya dengan etika komunikasi. Untuk melihat prinsip prinsip etika komunikasi di dalam Al-Qur'an maka kata kunci etika komunikasi yang banyak disebutkan di dalam Al-Qur'an adalah #قوال. Dengan memperhatikan kata 'قوال' dalam konteks perintah (امر) maka penulis dapat menyimpulkan delapan prinsip etika komunikasi seperti yang disebutkan oleh Jalaluddin Rakhmat (1991), yaitu: **a. qaulan layyinan** yang artinya perkataan yang lembut, yang tidak mencera, menyakiti, atau tidak kasar (memaksa), **b. qaulan kariiman** yang artinya perkataan yang disampaikan dengan cara yang baik, sopan dan santun, **c. qaulan maisuran** yang artinya perkataan dengan tata bahasa yang mudah dipahami, dicerna dan dimengerti oleh orang lain, **d. qaulan ma'rufan** yang artinya perkataan yang dilandasi dengan ucapan yang baik, tidak memprovokasi, dan tidak memanasmanasi, **e. qaulan saddidan** yang artinya perkataan harus didasari atas perkataan benar tanpa memandang profil dan status komunikan (adil), **f. qaulan balighan** perkataan yang disampaikan dengan tutur kata yang menyentuh dan kena

sasaran kepada mukhatabnya, serta jelas atau langsung ke inti pokok (to the point) dan tidak bertele-tele, **g. *qaulan saqilan*** yang artinya perkataan yang disampaikan dengan tegas dan memantapkan hati, **h. *qaulan aziman*** yang artinya perkataan yang mulia dan agung, yang menjaga kehormatan bagi yang berbicara dari yang dilawan bicara.

Perjalanan dakwah di Indonesia tidak terlepas dari perjalanan historical penggunaan media di Indonesia. Menganalisa pertumbuhan media dakwah kontemporer di tengah-tengah kehidupan masyarakat memberikan peran tersendiri dalam melihat peran kehadirannya bagi kehidupan itu sendiri. Hal ini penting dimengerti karena secara eksistensi kedudukan media yang dijadikan untuk media dakwah dan perwujudan dunia komunikasi kontemporer dalam kehidupan masyarakat adalah dua esensi yang saling berkaitan. Meskipun media kontemporer seperti penggunaan media digital lebih menyentuh kepada aspek terluar dan komunikasi berada dalam aspek terdalam, namun keduanya memiliki kemutlakan yang tiada bisa dipisahkan. Penggunaan media massa sebagai media konvensional sebagai sarana dakwah retorik mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam membangun masyarakat multikultur. Karena perannya yang sangat potensial untuk mengangkat opini publik sekaligus sebagai wadah berdialog antar lapisan masyarakat. Terkait dengan isu keragaman budaya (multikulturalisme), peran media massa dalam pandangan Tatang Muttaqin (2006:9- 11) seperti pisau bermata dua, berperan positif sekaligus juga berperan negatif

Pemilihan topik dakwah yang akan dibahas di media akan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap topik tersebut. Media juga berperan sebagai medium penyampai kebaikan, menjadi alat dakwah untuk menyampaikan *amar makruf nahi munkar*, media menjadi sarana dakwah dalam mengajak masyarakat menuju suatu kebaikan dan keselamatan. Tidak hanya hanya itu, dakwah di media berperan penting dalam membentuk persepsi masyarakat tentang Agama. Disebutkan Elfi (2018) begitu besarnya peran media massa dalam membentuk opini publik terhadap agama, baik itu membangun image yang positif maupun image. Perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi media di jaman serba digital ini berkembang, saat ini dikenal istilah *masyarakat digital* (Netizen) adalah masyarakat yang kritis, mudah memberikan pendapat, mendukung sampai nyinyir atas suatu konten retorika yang disampaikan di sosial media. Penilaian mereka yang terkumpul secara tidak sengaja dan menjadi viral/bahan perbincangan media sosial dianggap seperti penilaian Tuhan yang menentukan baik dan buruknya seseorang. Termasuk dalam menilai konten seorang da'i, dengan mudah akan terlahir da'i-da'i sukses, disukai karena lahir dari respon positif netizen dan sebaliknya seorang da'i akan dihujat habis-habis an atas sebuah konten yang dianggapnya salah.

Masyarakat umum mengenal *retorika* sebagai kecakapan berbicara di depan massa, public. Kata retorika berasal dari bahasa Yunani yaitu *retorikos*, kata tersebut

berkaitan dengan kata *rhetor* yang artinya public dan *rema* yang artinya perkataan. Maka secara etimologis retorika dapat diartikan sebagai kecakapan berkata-kata atau berpidato seorang pembicara di hadapan public (Maarif, 2019:1). Lebih lanjut Maarif menjelaskan bahwa Aristoteles lah yang melakukan kajian teoritis atas retorika. Dalam buku *Rhetorike* yang dianggap buku pertama tantangan retorika, Aristoteles definisi terminologi retorika sebagai cara-cara yang memungkinkan untuk persuasi, dalam KKB Persuasi didefinisikan sebagai bujukan halus atau ajakan kepada seseorang dengan cara memberikan alasan dan prospek baik yang meyakinkan.

Lebih lanjut Aristoteles menyebutkan ada 3 penopang retorika, yaitu 1). *Etos* yaitu faktor meyakinkan diri komunikator/pembicara, 2). *Pathos* yaitu respon emosional pada komunikan/audience, dan 3). *Logos* yaitu isi pesan yang disampaikan (*message*). (Maarif, 2019:3). Pendekatan ilmu retorika ini sangat berpengaruh terhadap strategi dakwah lisan, karena retorika merupakan seni penggunaan kata-kata. Seorang da'i dituntut untuk mempunyai kemampuan retorika, yaitu kemampuan berkomunikasi di depan public oleh seorang dalam mengolah kata-kata dan komposisinya sehingga menciptakan kesan di benak lawan dan sesuai dengan tujuan bicara untuk sesuai dengan mengatur komposisi kata-kata agar timbul kesan yang telah dikehendaki-nya pada diri khalayak (Rakhmat,2001:10). Ada 5 tujuan retorika (Tasmara,1997:156), yaitu: to Inform, yaitu memberikan informasi dari ketidaktahuan menjadi tahu, to Conwise, yaitu memberikan suatu keyakinan untuk menimbulkan kepercayaan, to Inspire, yaitu menciptakan suatu inspirasi dengan cara penyampaian yang baik dan bijaksana, to Entertain, yaitu untuk menghibur, menciptakan kegembiraan, menyenangkan, To Actuate (to put into action), yaitu kemampuan untuk menciptakan suatu aksi, pergerakan audience dan mengarahkan menggerakkan untuk beraksi atau menenangkan diri.

Retorika dalam dakwah sangat berhubungan erat karena seorang da'i harus mempunyai kredibilitas sebagai pembicara yang bisa mengajak manusia untuk memilih jalan yang baik dan menjauhkan perilaku yang Munkar/keburukan. Seorang d'ai yang mempunyai kemampuan retorika yang akan menyampaikan pesan secara persuasive, memberikan anjuran yang baik, menyampaikan solusi dengan bijak dan bila perlu berdebat maka ia akan berdebat dengan cara yang santun bukan dengan paksaan apalagi kekerasan. Seorang da'i harus mampu mendapatkan ruang di hati mad'u, untuk mendapatkan 'ruang' tersebut maka seorang da'i harus mempunyai bahan-bahan orasi yang mumpuni, dapat dipertanggungjawabkan materinya dan menghindari unsur-unsur kebohongan. Da'i yang baik juga harus bisa merasakan suasana psikologis bad'u nya, permasalahan mad'u harus dapat dibaca oleh seorang da'i. Jangan sampai terjadi materi dakwah tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh mad'u nya. Selebihnya seorang Da'i harus bisa merangkai kata-kata yang menarik, seni menyusun kata-kata yang efektif sehingga pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima oleh mad'u.

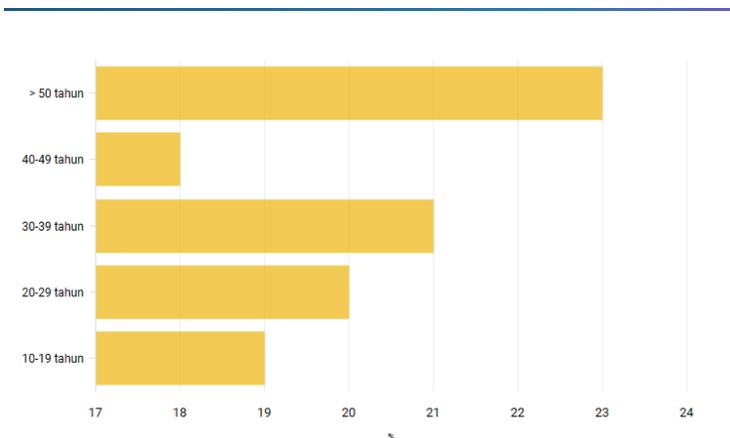
Dakwah dapat diartikan sebagai upaya terus-menerus untuk melakukan perubahan pada diri manusia menyangkut pikiran (fikrah), perasaan (syu'ur), dan tingkah laku (suluk) yang membawa mereka kepada jalan Allah (Islam), sehingga terbentuk sebuah masyarakat Islami (al-mujtama' al-Islami). Setidaknya, ada empat aktivitas utama dakwah, diantaranya mengingatkan orang akan nilai-nilai kebenaran dan keadilan dengan lisan, mengkomunikasikan prinsip-prinsip Islam melalui karya tulisan, memberi contoh keteladanan akan perilaku (akhlak) yang baik, dan bertindak tegas dengan kemampuan fisik, harta, dan jiwa dalam menegakkan prinsip-prinsip Ilahi. Secara umum, dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan tujuan dakwah tersebut. Sementara itu, dakwah dalam praktiknya merupakan kegiatan untuk mentransformasikan nilai-nilai agama yang mempunyai arti penting dan berperan langsung dalam pembentukan persepsi umat tentang berbagai nilai kehidupan.

Proses penyampaian pada komunikasi dakwah berlangsung sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, mulai dari komunikator (da'i) hingga feedback atau respon komunikan (mad'u, objek dakwah). Aktivitas dakwah dimulai dari adanya seorang komunikator (sender, pengirim pesan, da'i). Dalam perspektif Islam, setiap Muslim adalah komunikator dakwah karena dakwah merupakan kewajiban individual setiap Muslim. Komunikator dakwah memilih dan memilah ide berupa materi dakwah (encoding) lalu diolah menjadi pesan dakwah (message). Pesan itu disampaikan dengan sarana (media) yang tersedia untuk diterima komunikan (penerima pesan, objek dakwah). Komunikan menerjemahkan atau memahami simbol-simbol pesan dakwah itu (decoding) lalu memberi umpan balik (feedback) atau merespon nya, misalnya berupa pemahaman dan pengamalan pesan dakwah yang diterimanya.

Media komunikasi dakwah dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Begitu juga dengan media dakwah di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat signifikan, dari media dakwah tatap muka secara langsung di hadapan ratusan orang sampai dengan penggunaan media dakwah yang digital yaitu lahirnya media sosial yang dapat menembus ruang-ruang pribadi secara langsung dimanapun dan kapanpun.

Meskipun media sosial menjadi media dakwah yang saat ini digemari oleh para da'i, namun media konvensional yang masih mendominasi dalam membentuk opini public adalah media televisi, karena media ini mempunyai ciri khasnya yang massive dan coverage yang luas, pesan disampaikan secara serempak dalam satu waktu. Pada da'i yang sudah menjadi naras sumber di media televisi mempunyai tingkatan kredibilitas yang dipercaya. Dianggap dakwah nya netral tidak radikal dan

diakui oleh para birokrat Pemerintahan. Di saat ini media televisi masih dianggap sebagai media yang efektif dalam berdakwah, maka berdakwah di media televisi seringkali mengangkat pokok-pokok bahasan keseharian dalam beragama, seperti hubungan sosial sesama muslim, konten etika, konten tauhid dalam menjalani kehidupan, dll. Ketangguhan media televisi sebagai media dakwah terlihat dari hasil Riset yang dilakukan AC Nielsen tahun 2022, survey pengguna Televisi dibawah 50 tahun ke bawah didapatkan hasil



Gambar 1.

Sumber Katadata.co.id

Berdasarkan gambar 1 diperoleh hasil bahwa pengguna, mayoritas pengguna TV di Indonesia berusia 50 tahun ke atas. persentase nya mencapai 23%. Kemudian, pada kelompok usia 40-49 tahun, persentase pengguna TV di tanah air sebanyak 18%, penduduk berusia 30-39 tahun sebanyak 21%, usia 20-29 tahun sebanyak 20%, 10-19 tahun sebanyak 19% segi gender, mayoritas pengguna TV di Indonesia merupakan perempuan sebanyak 51%, sedangkan laki-laki 49%. Adapun survei ini dilakukan terhadap 11.500 responden pengguna TV berusia 10 tahun ke atas. Survei dilakukan pada Juni-Agustus 2022 di 11 kota besar di Indonesia. Berdasarkan data tersebut maka makalah ini dirasa masih relevan membahas media masa seperti TV sebagai media yg masih efektif digunakan dalam ber dakwah.

Namun Ketangguhan media televisi ada kemungkinan bergeser beberapa puluh tahun ke depan karena generasi Z lebih cenderung menggunakan media digital untuk memperoleh Informasi. Dan jumlah penduduk Generasi Z dan Millennial akan menjadi generasi yang dominan di negara ini sebagaimana hasil riset katadata di bawah ini:



Gambar 2.

Sumber: Katadata.co.id

Mungkin inilah yang menyebabkan beberapa da'i sekarang ini memaksimalkan media sosial sebagai media dakwah. Di media konvensional seperti media televisi dimana profile seorang da'i dan materi dan disampaikan akan melewati proses penyensoran awal sebelum tayang produksi, sehingga screening da'i bisa mengantisipasi kelayakan seorang da'i. Berbeda halnya dengan penggunaan media sosial dimana profile seorang da'i tidak bisa didapatkan. Proses screening dilakukan oleh netizen sendiri didapat dari searching asal-usul da'i tersebut. Sehingga tidak jarang netizen mendapatkan materi dakwah yang menyesatkan, bisa memecah belah persatuan dan bahkan mengandung aktivitas provokasi. Seringkali banyak da'i yang menciptakan kontroversi di tengah masyarakat, seperti beberapa da'i, salah satunya seperti Buya Ararzy Hasyim yang menyampaikan kondisi politik di Gaza Palestina tanpa didukung data yang jelas.

Unsur kreativitas dalam sebuah program televisi sangatlah diperlukan, karena pada dasarnya televisi mempunyai fungsi sebagai media untuk memenuhi unsur hiburan. Merupakan tantangan bagi pembuat program televisi untuk mengkombinasi antara acara dakwah yang gimmick hiburan, seperti halnya acara ustadzah Mamah Dedeh di Indosiar setiap pagi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rousydiy (1995) menyebutkan unsur-unsur dakwah dalam aktivitas Retorika, yaitu:

1. **Da'i atau juru dakwah**, adalah yang bertugas sebagai komunikator yang berkewajiban untuk menyampaikan isi dakwah, baik kepada pribadi, kelompok ataupun masyarakat.
2. **Materi dakwah**, adalah isi pesan atau isi dakwah yang dikombinasikan secara efektif kepada penerima dakwah.
3. **Penerima dakwah**, adalah audience, public atau massa yang menjadi sasaran, ke mana dakwah ditujukan.
4. **Media dakwah**, adalah saluran dakwah dengan saluran mana dakwah disampaikan. Apakah melalui lisan, tulisan, visual dan audio visual bahkan saluran uswatun khasanah (teladan yang baik) dan amal usaha.
5. **Efek dakwah**, adalah hasil yang dapat dicapai dengan dakwah yang telah disampaikan. Kata lain dari isi dakwah yang disampaikan itu dapat mencapai sasarannya.

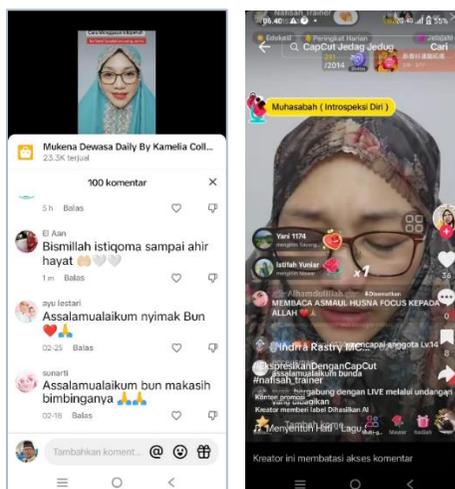
Menilik dari pendapat Rousydiy di atas maka faktor *Ethos* yang menggambarkan dalam kredibilitas komunikator menentukan keberhasilan retorika. Salah satu fenomena *Ethos* pada program dakwah di akun TikTok Nafisah Trainer yaitu ketika menonton seorang ustadzah yang *looks* nya cantik menggunakan hijab yang berwarna cerah dan enak dipandang sudah menjadi salah satu daya tarik bagi seseorang untuk terus menonton programnya, apalagi penggunaan bahasa ustadzah yang digunakan sangat sopan, enak didengarnya dan penuh dengan kasih sayang ketika menyapa mad'u nya. Acara live streaming yang digagas oleh pemilik akun @Nafisah_trainer di media TikTok mendapatkan banyak perhatiannya dari netizen. Saat ini akun @nafisah_trainer sudah difollow oleh lebih dari 112.800 akun dan telah mendapatkan respon like sebanyak 91.300 akun. dengan jumlah konten video lebih dari 200 karya dan 68 video menjadi video yang paling populer. Jenis dakwah yang di posting di akun @Nafisah_trainer di TikTok mayoritas bertemakan muhasabah, motivasi dan pesan-pesan kebaikan. Acara muhasabah dimulai setiap pukul 05.00 sd 06.00 wib. Dimulai dengan membaca dzikir bersama, lalu membaca surat Al Fatimah bersama dan diakhiri dengan muhasabah bersama. Seringkali acara ini mendapatkan respon yang sangat positif dari pesertanya, terbaca dari Komen yang disampaikan oleh para peserta selama acara berlangsung. Ustadzah Nafisah sering memberikan selingan-selingan motivasi untuk para peserta dan menjawab dengan ringkas komentar berjenis pertanyaan, sehingga suasana penuh dengan suasana kekeluargaan. Kata-kata dan kalimat yang keluar secara lisan ustadzah bisa dikategorikan sangat santun, sopan dan beretika, pemilihan istilah kata-kata yang Islami seperti Masyaa Allah, Tabakallah,

Subhanallah, Alhamdulillah dan istilah lainnya sering terdengar dari lisannya. Hampir semua mad'u nya memanggil ustadzah Nafisah dengan panggilan “Bunda” dimana secara etimologi pemilihan kata bunda oleh seseorang sekarang ini mempunyai arti yang bernilai penghormatan bahwa lawan yang diajak bicara dianggap bisa memberikan keteduhan, bisa dipercayai kata-katanya dan dianggap bisa memberikan solusi atas permasalahan. Meskipun kata bunda sendiri dahulu kala di Indonesia sering dipakai oleh para pengikut nasrani. Kredibilitas Ustadzah Nafisah. Kecintaan dan kepuasan peserta live streaming sering kali memberikan reward kepada acara tersebut dengan point-point reward yang divisualisasikan dengan gambar-gambar dan point tersebut dapat bernilai uang dimana akan dikumpulkan lalu dijadikan hadiah umroh untuk peserta yang terpilih dari acara tersebut. Feedback para mad'u bisa terlihat gambar berikut berikut ini:



Gambar 3. Profile Nafisah_Trainer

Sumber: TikTok Nafisah Trainer



Gambar 4 dan 5. Interaksi Mad'u

Sumber: TikTok Nafisah Trainer

Seorang da'i baik itu yang pria maupun yang wanita akan dicintai pengikutnya apabila bisa memberikan kedamaian, memberikan solusi atas permasalahan, sehingga menciptakan rasa percaya kepada da'i tersebut.

Seorang da'i dituntut untuk mempunyai kemampuan unsur *phatos* dalam rethorika, yaitu yang berhubungan dengan daya tarik pesan yang disampaikan. Dalam upaya menciptakan *phatos* ada 5 tujuan rethorika (Tasmara,1997:156), yaitu: *to Inform*, yaitu memberikan informasi dari ketidaktahuan menjadi tahu, *to Convice*, yaitu memberikan suatu keyakinan untuk menimbulkan kepercayaan, *to Inspire*, yaitu menciptakan suatu inspirasi dengan cara penyampaian yang baik dan bijaksana, *to Intertain*, yaitu untuk menghibur, menciptakan kegembiraan, menyenangkan, *To Ectuate (to put into action)*, yaitu kemampuan untuk menciptakan suatu aksi,

pergerakan audience dan mengarahkan menggerakkan untuk beraksi atau menenangkan diri.

Berdasar pada pengamatan di acara @Nafisah_trainer di media TikTok unsur *phatos* tergambar di program ini seperti adanya fenomena dimana peserta acara banyak yang terinspirasi dengan kata-kata ustadzah yang bisa memberikan ketenangan mad'u nya ketika ditimpa suatu permasalahan, memberikan informasi tentang ayat Quran dan Hadist yang bisa dijadikan solusi terhadap permasalahan mad'u nya. Etika komunikasi terlihat dan tergambar di dalam program Nafisah Trainer dan sesuai dengan delapan prinsip etika komunikasi seperti yang disebutkan oleh Jalaluddin Rakhmat (1991), yaitu: *qaulan layyinan* dan *qaulan kariiman* dimana kata-kata yang digunakan sangat lemah lembut, tidak kasar terucapkan di lisan ustadzah dalam mengajak dan mengingatkan mad'u nya, tidak hanya itu prinsip etika yang dengan penggunaan kata-kata dengan cara yang baik, dan mengena di hati. Prinsip etika *qaulan balighan* sang ustadzah sangat diterapkan dimana ia mencoba memahami bahwa audiencenya yang rata-rata akhwat, kaum wanita sangat suka dengan dengan perkataan yang menyentuh dan kena sasaran kepada mukhabatnya, serta jelas atau langsung ke inti pokok (to the point) dan tidak bertele-tele diperkuat dengan etika *qaulan maisuran* dimana penggunaan tata bahasa yang digunakan adalah kata-kata yang mudah dipahami, dicerna dan dimengerti oleh mad'u nya, dan ditekan lagi dengan unsur *qaulan ma'rufan* dimana perkataan yang digunakan oleh ustadzah dilandasi dengan ucapan tidak pernah menggunakan kata-kata yang provokatif sangat teduh untuk didengarkan dan dimengerti. Selain itu juga disaat memotivasi mad'u nya, ustadzah Nafisah sangat sering menyampaikan kata-kata yang didasari kebenaran tanpa memandang status, pangkat dan jabatan, sehingga adil pesan itu disampaikan untuk semua orang (prinsip etika *qaulan saddidan*). Di akhir-akhir acara muhasabah, seringkali ustadzah Nafisah menyampaikan kata-kata yang tegas, *qaulan saqilan* dan memantapkan hati agar mad'u termotivasi untuk terus berbuat baik dengan hati yang baik, tidak lupa memilih perkataan yang mulia dan agung, yang menjaga kehormatan bagi yang berbicara dari yang dilawan bicara sebagai prinsip etika *qaulan aziman*.

Kemampuan Logos atau kemampuan cara berbicara atau metode penyampaian pesan yang mudah dimengerti oleh pendengarnya adalah unsur terakhir yang penting bagi Da'i. Bagaimana seseorang berkomunikasi dengan orang lain dengan mempertimbangkan latar belakang dan nilai-nilai atau prinsip-prinsip yang dianut oleh lawan bicaranya, akan membedakan teknik penyampaian pesan. Oleh karena itu semua aktivitas dakwah sebaiknya disampaikan dengan cara dan metode penyampaian yang sesuai dengan karakter mad'u nya. Sebagaimana yang disebutkan dalam buku Peta Dakwah: yang dijelaskan oleh Abdullah, dkk, terdapat tiga metode dakwah yang disebutkan dalam Surat An Nahl ayat 125, berikut penjelasannya: **1) Metode Bil Hikmah** yaitu metode yang paling utama dari segala sesuatu baik

pengetahuan maupun perbuatan. Hikmah adalah sesuatu yang jika digunakan, dipraktekkan atau dipakai maka akan menghalangi timbulnya mudharat. Untuk melakukan dakwah, seorang dai harus memiliki hikmah yang sepenuhnya tentang tindakan dan pengetahuan yang dilakukan. Hikmah ini akan membuat dirinya dapat menyampaikan dakwah dengan percaya diri serta tidak ragu-ragu. Dalam hal ini ustadzah Nafisah Trainer sangat percaya diri dalam menyampaikan dakwah nya dan di dalam program Nasifah Trainer, para mad'u akan diajak untuk mengikuti beberapa tahapan, dimulai dari kegiatan istigfar bersama, berkomunikasi pada diri sendiri dengan cara mengirimkan doa untuk diri sendiri agar lebih kuat, lalu ber dzikir bersama dan ditutup dengan doa muhasabah bersama. Selama tausiah berlangsung tak henti-henti nya ustadzah mengajak mad'u nya untuk mengikuti dirinya, **2) Metode Maw'izhah al-hasanah** atau pengajaran yang baik ini menurut Hamka adalah sesuatu yang dapat diterapkan baik di masyarakat, lembaga pendidikan maupun rumah tangga.

Adapun menurut M Natsir, pengajaran dapat disebut baik jika dapat menyentuh hati sasaran dan keteladanan pendakwah, dalam fenomena program Nafisah Trainer ini seringkali ustadzah memberikan tips atau sharing tentang cara menyelesaikan masalah dengan memperkuat akidah. **3) Metode Mujadalah** yang menurut Hamka adalah metode yang dapat dilakukan dengan cara memahami pokok persoalan dan mengenal mitra dialog. Sedangkan menurut M Natsir, mujadalah adalah diskusi yang disertai bukti dan alasan. Diskusi dapat tersampaikan dengan baik jika dalil dan argumen bisa mematahkan alasan atau dalih sasaran dakwah sehingga ia tidak bisa mempertahankan pandangannya yang salah. Metode mujadallah yang dilakukan oleh Ustadzah Nafisah Trainer ini tergambar dari terbukanya komunikasi dua arah antara ustadzah dengan mad'u nya, dimana mereka diperbolehkan memberikan komentar dan saran dimana ustadzah akan memberikan jawabannya. Dalam hubungannya dengan faktor Logos maka seorang da'i harus memperdalam ilmu filsafat, dimana ilmu filsafat akan berguna dalam mengembangkan pengetahuan dan wawasan da'i terutama dalam rangka mengembangkan materi dan metode dakwah kepada mad'u nya.

Cara seorang individu berpikir dan memandang suatu realitas sosial atau benda atau mencari jawaban atas setiap permasalahan atas suatu fenomena bisa disebut berpikir secara kritis, sangat "inline" dengan berpikir secara philosophies atau filsafat yaitu suatu kajian tentang bagaimana cara menjawab atas segala pertanyaan dari suatu realitas atau yang tidak realitas yang sangat mendasar. Terdapat beberapa orang yang memberikan pandangan bahwa Filsafat dan ilmu agama tidak dapat disatukan dan akan bertentangan bahkan Syakhul Islam Al Ghazali jelas-jelas menganggap Filsafat hanya kerancuan berpikir yang membuat orang abai terhadap syariat dan ragu terhadap kebenaran Islam, namun dengan belajar filsafat manusia menjadi lebih bijaksana dalam memahami kehidupan bahwa kebenaran adalah

bersifat universal. Belajar filsafat adalah penting bagi para da'i agar bisa memahami teks-teks keagamaan secara lebih baik sesuai dengan konteks persoalan yang dihadapi. Agama adalah pelajaran filosofis dan cara hidup. Pandangan filosofis adalah gambaran menyeluruh prinsip dasar atau perspektif bahasa (*weltanschauung*) tentang kehidupan yang digunakan oleh individu dan masyarakat sebagai pedoman atau pegangan dalam menjalani hidup dan kehidupan mereka. Pandangan filosofis mengandung hakikat hidup, fungsi utama, dan makna hidup.

Para da'i akan berupaya untuk untuk lebih menyadari bahwa praktek-praktek dakwah yang mereka lakukan harus dikembangkan sesuai dengan perkembangan zaman dan perubahan-perubahan sosial yang ada dalam masyarakat. Ustadzah Nafisah menyesuaikan materi dakwahnya dengan perubahan sosial dan kebutuhan mad'u nya yang membutuhkan motivasi dan ketenangan hidup. Seringkali tanggapan-tanggapan para mad'u di forum digital ustadzah Nafisah Trainer ini berisikan tentang ketenangan, kebersyukuran, kesabaran dan ke ikhlisan hidup. Dalam Ilmu Filsafat maka pola pikir da'i akan lebih terbuka, menerima perbedaan dan memahami mad'u nya secara lebih mendalam yang pada akhirnya aktifitas-aktifitas dakwah dalam berjalan dengan efektif. Berpikir secara kritis adalah istilah yang sangat "inline" dengan berpikir secara filosofis atau filsafat, yaitu suatu kajian tentang bagaimana menjawab segala pertanyaan yang sangat mendasar dari dunia nyata atau tidak nyata. Ini juga mengacu pada cara seseorang berpikir dan memandang suatu realitas sosial atau benda atau mencari jawaban atas setiap masalah yang terkait dengan fenomena. (Shihab, 2007: 343).

Karakter masyarakat yang sangat heterogen seperti Indonesia membawa tantangan tersendiri bagi para da'i, khususnya fenomena perbedaan golongan yang dalam agama Islam sendiri yang terkadang mengakibatkan pergesekan-pergesekan sosial di masyarakat. Belajar Filsafat melahirkan orang-orang yang dapat melaksanakan dakwah secara humanis, demokratis, adil dan moderat. Banyak persoalan yang dihadapi banyak mad'u yang mana jawabannya memerlukan aspek logika dan pemikiran yang kritis oleh karenanya pemahaman ayat dan hadist harus semakin dalam dan untuk berpikir secara mendalam tersebutlah dibutuhkan ilmu filsafat.

Kemampuan untuk menyampaikan materi dakwah adalah salah satu cara untuk mengukur kualitas da'i profesional. Sangat sulit bagi da'i untuk membuat materi dakwah menjadi mudah diterima, tidak membosankan, aktual, dan sesuai dengan kebutuhan mad'u. Selain menguasai bahasa dan berkomunikasi, da'i juga harus memiliki cara berpikir yang logis dan sistematis. Dalam hal ini, filsafat membantu da'i mengatur cara berpikir mereka agar sesuai dengan audiens. (Basit, 2012). Bahkan, filsafat berperan dalam membantu para da'i dalam memahami materi dakwah yang lebih mendalam dan komprehensif. Begitu juga, ketika da'i dihadapkan pada berbagai

persoalan yang dihadapi oleh masyarakat, tentunya da'i perlu terlibat dalam memecahkan problematika tersebut. Da'i dituntut memiliki kemampuan dalam mengatasi berbagai persoalan kemasyarakatan. Oleh karenanya, da'i perlu belajar bagaimana mengumpulkan masalah; mengategorikan masalah ke dalam kategori teknis, biasa, atau strategis; dan bagaimana memecahkan masalah. Da'i dapat memperoleh semua kemampuan tersebut dengan mempelajari filsafat. Kasus lainnya misalnya, da'i juga dituntut untuk memiliki kontribusi dalam pengembangan keilmuan dakwah. Dalam situasi seperti ini, da'i harus menggunakan kemampuan berpikirnya untuk menghasilkan berbagai teori yang diperlukan untuk dakwah. Sebagai alat untuk menganalisis dan mengkritisi berbagai konsep, gagasan, atau persoalan yang melatarbelakangi pembentukan teori-teori dakwah, filsafat adalah penting. Oleh karena itu, filsafat memiliki peran yang sangat penting dalam proses pengembangan kemampuan da'i. Ini membantu meningkatkan aktivitas dakwah, memecahkan masalah dakwah dan kemasyarakatan, dan mengembangkan keilmuan dakwah. Ilmu filsafat mengajarkan pada manusia bahwa cara berpikir manusia itu berbeda tergantung dari faktor internal dan eksternal.

Eksistensi dirinya di tengah masyarakat mempunyai penilaian masing-masing. Seorang da'i apabila dalam diri dan pemikirannya jernih, yaitu hanya menyampaikan kebenaran saja menganggap bahwa manusia yang dihadapinya mempunyai fitrah kebenaran yang selaras dengan ajaran Islam sebagai tujuan. Oleh karena dakwah harus diawali dengan pikiran yang sadar dan pemahaman yang mumpuni akan fitrah kemanusiaan serta keniscayaan kebenaran ajaran Islam sebagai imperative kategoris dalam diri (Ridwan, 2022: 97). Seorang juru dakwah harus memahami betul apa yang disampaikannya dan melakukan sendiri apa yang disampaikannya.

Dalam QS. As-Shaff:2) disebutkan bahwa *"itu sangatlah dibenci di sisi Allah jika kamu mengatakan apa-apa yang tidak kami kerjakan"*.

Bagaimana mungkin seorang juru dakwah bisa membuat orang lain kembali ke jalan yang benar jika dirinya sendiri menjauhi kebenaran tersebut. Imperatif kategoris perintah dakwah dalam Islam yang membuat dakwah harus bersifat etis. Sebagaimana yang tergambar dalam fenomena dakwah ustadzah Nafisah Trainer dimana beliau sangat menjaga etika berkomunikasi dan adab dalam menghadapi mad'u nya yang bersifat heterogen, dimana para mad'u ini bisa dikatakan sebagai masyarakat cyber (*cyber community*) yang mana mereka dihubungkan oleh teknologi internet. Retorika yang etis di tengah cyber community sangatlah penting.

Secara etimologis, "etika" dapat didefinisikan sebagai bertindak berdasarkan moralitas, selaras dengan standar moral yang berlaku dalam masyarakat tertentu, atau menyesuaikan tindakan dengan standar perilaku yang berlaku dalam suatu profesi (Munir, 2013:15). Etika sangat dibutuhkan dalam kegiatan retorika dakwah, karena

seorang da'i seperti ustadzah Nafisah Trainer yang mempunyai etika yang baik dalam berdakwah maka pesan-pesan dakwahnya akan lebih mudah masuk kepada jamaahnya. Etika adalah nilai-nilai yang berkembang selama kehidupan manusia. Pemikiran manusia tentang etika itu sendiri memengaruhi bentuk etika. Nilai-nilai ini diciptakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang damai dan saling menghormati. Nilai-nilai ini kemudian dijaga dan diwariskan untuk memastikan kebahagiaan dan kesejahteraan masyarakat. Sanksi biasanya diberikan jika melanggar norma, terutama sanksi sosial (Tajiri, 2015:12). Achmad Charis Zubair menjelaskan bahwa kata "SUSILA" berasal dari bahasa Sanskerta, yang artinya "Su" berarti "lebih baik" dan "SILA" berarti "dasar-dasar hidup" atau "pedoman hidup". Oleh karena itu, SUSILA menggambarkan prinsip atau aturan hidup yang lebih baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, "etika" dapat didefinisikan sebagai berikut: (1) pengetahuan tentang apa yang baik dan buruk serta hak dan kewajiban moral, (2) kelompok asa atau nilai yang berkaitan dengan akhlak, dan (3) pandangan tentang apa yang benar dan salah yang dianut oleh suatu kelompok atau masyarakat yang menerima hukuman, terutama hukuman sosial. (Charris Zubair, 2003) Lebih lanjut, etika adalah nilai-nilai kebaikan yang tumbuh selama kehidupan manusia dan diciptakan sebagai kebutuhan untuk dipenuhi dalam kehidupan bermasyarakat. Nilai-nilai ini dijaga dan diwariskan secara turun-temurun untuk menjamin kebahagiaan dan kesejahteraan Pelanggaran terhadap aturan tersebut berdampak pada munculnya sanksi yang akan diterima.

Seorang ustadzah Nafisah dalam melakukan dakwah sangat memperhatikan nilai-nilai etika dalam menyampaikan ceramahnya, beliau sangat mudah sekali melakukan *empathy* kepada mad'u nya, mendengarkan apa yang diinginkan para mad'u, apa yang dirasakan para mad'u dan memberikan solusi juga motivasi agar selalu bersabar, bermunajat kepada Allah atas segala permasalahan hidup.

SIMPULAN DAN SARAN

Strategi retorika berdakwah di setiap zaman akan berbeda namun tujuan dakwahnya sama yaitu sama menyampaikan moralitas yang universal maka Teknik retorika berdakwah berkembang di setiap waktunya tergantung dari kemajuan hasil berpikir manusia karena pada dasarnya setiap manusia akan berusaha dengan akal dan pikirannya untuk menciptakan sesuatu yang memudahkan dirinya dalam kehidupannya. Bila dahulu mayoritas aktivitas dakwah dilakukan dilakukan secara langsung tatap muka, maka dengan hasil pemikiran manusia terciptalah teknologi yang selalu mempengaruhi aktivitas manusia.

Tantangan berdakwah di saat ini diperlukan strategi yang disesuaikan dengan karakter audience mad'u, seperti: latar belakang budaya, tradisi, strata ekonomi, latar edukasi dan perilaku media yang akan digunakan. Hal di atas sesuai dengan teori retorika yang disampaikan oleh Aristoteles bahwa retorika harus memperhatikan

unsur *Ethos*, *Pathos* dan *Logos*. Perkembangan teknologi komunikasi membawa pengaruh terhadap kebiasaan audience, dimana mereka dengan bebas merdeka akan memberikan feedback yang baik atau kurang baik terhadap seorang da'i.

Ustadzah Nafisah Trainer yang melakukan dakwah di media sosial TikTok merupakan salah satu contoh dakwah dengan strategi retorika yang sangat disukai dan diminati oleh netizen karena materi-materi dakwahnya dianggap sesuai dengan keinginan mad'u, seperti menyampaikan ketenangan hidup, kebersabaran dikala mendapatkan ujian, ikhlas dikala menerima cobaan hidup. Respon para mad'unya sangat positif sehingga menunjukkan kredibilitas dari seorang Ustadzah Nafisah ini. Bila dahulu sebelum ada teknologi internet, kualitas dan kredibilitas para da'i ditentukan oleh institusi media, maka sekarang penilaiannya ditentukan oleh netizen (masyarakat jaringan). Dalam retorika dakwah seorang penceramah yang betul-betul memperhatikan etika berkomunikasi khususnya etika komunikasi Islam cenderung akan dicintai oleh pengikutnya dan terbukti di acara live streaming Nafisah_trainer yang ditayangkan di TikTok.

Masyarakat membutuhkan penceramah yang memberikan ketenangan, bisa memberikan penyelesaian masalah, tidak menambah masalah, dan sering menggunakan kata-kata yang sopan santun dan memberikan kesejukan untuk Mad'unya. Sebagaimana yang disampaikan Gusti Ngurah Oka di bukunya Hendrikus bahwa retorika adalah suatu pengetahuan yang mengajarkan segala tindak dan usaha yang efektif guna mempersuasi, memberi penataan kembali dan ilmu menata tutur kata untuk tercipta saling pengertian kedua belah pihak untuk suatu kedamaian di Tengah kehidupan masyarakat (Hendrikus, 1991:14). Dalam sebuah seminar yang berjudul "Revitalisasi Dakwah Islam di Tengah Arus Globalisasi" di Universitas Ibnu Khaldun (UIKA), Bogor, Rabu (28/2). Salah satu pembicara seminar, Ketua Komisi Dakwah MUI, KH Cholil Nafis mengatakan bahwa "*para da'i mempunyai peran penting di tengah arus globalisasi. menurut dia, saat ini Indonesia menjadi pasar bagi berbagai macam ideologi yang datang dari luar.*" Karena itu, seorang penceramah harus mempunyai kualifikasi retorika yang bagus untuk menghadapi tantangan tersebut. di era globalisasi ini umat harus diberikan dakwah yang progresif akurat dan juga komprehensif. Namun, menurut dia, ada beberapa kualifikasi yang harus dimiliki seorang dai saat ini, di antaranya adalah memiliki etika dakwah, kualitas qalbu (hati), kualitas sosial, kualitas lisan, kualitas keilmuan, kualitas fisik dan kualitas ekonomi. Etika dan Emphaty yang ditunjukkan oleh ustadzah Nafisah Trainer ini mampu menimbulkan respon positif dari jamaah digitalnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dkk. *Dinamika Dakwah dan Implikasinya Terhadap Keberagaman Masyarakat Muslim Sumatera Utara*, Medan, Medan Merdeka Kreasi, 2021.
- Basit, A. *Filsafat Dakwah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012.
- Bate, S. P. “*Whatever Happened to Organizational Anthropology? A Review of the Field of Organizational Ethnography and Anthropological Studies*,” 1997, *Human Relations*, 50(9), pp. 1147–1175. doi: 10.1177/001872679705000905,.
- Cindy Mutia Annur. ‘*Survei Nielsen Indonesia: Mayoritas Pengguna Televisi Di RI Berusia 50 Tahun Ke Atas*’, 2022. *Databoks.Katadata.Co.Id*.
- Elfi Yanti Ritonga. ‘Teori Agenda Setting Dalam Ilmu Komunikasi’, dalam *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 2018. 4.1 (32–41)
- Fatoni. U., & Tifany. S.Z.. “Pesan Dakwah Visual tentang Muslimah di Media Sosial Line @dakwahmuslimah” (30 Juni 2024) dalam *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1 No. 2 April-Juni 2016.
- Fitria, Rini, dan Rafinita Aditia “Urgensi Komunikasi Dakwah Di Era Revolusi Industri 4.0”. dalam *DAWUH: Islamic Communication Journal*, 2020.1-8
- Hadziq, Abdullah. *Rekonsiliasi Psikologi Sufistik dan Humanistik*. Semarang: Rasail, 2005.
- Hendrikus, P.Dori Wuwur. *Retorika; Terampil berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, dan Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius, 1995.
- Rousydiy, Latief . *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*, Jakarta: Rimbow edition, 1995.
- M. Quraish Shihab. *Membumikan al-Qur’an, Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*, Bandung: Mizan, Cetakan Pertama, 2007, h. 343
- Maarif, Zainul. *Retorika Metode Komunikasi Publik*, Depok : Rajawali Pres (Rajagrafindo Persada), 2019.
- Moch Fakhruroji. *Dakwah di Era Media Baru*, Bandung: Simbiosis Rekatama, 2019, Hal. 21
- Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta, Logos, Tasmara, Toto. ***Komunikasi Dakwah***. Jakarta: Gaya Media Pratama. diakses, 1997. 30 Juni 2024 sumber dari <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/09/survei-nielsen-indonesia-mayoritas-pengguna-televisi-di-ri-berusia-50-tahun-ke-atas>>.

Rahayu, et al. *Public Speaking.*, Tangerang Selatan: Unpam Press, 2023.

Rakhmat, Jalaluddin. *Islam Aktual, Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim*, Bandung
: Mizan. 1991. hlm. 77

Rakhmat, Jalaluddin. *Rethorika Modern*, Bandung : Remaja Rosda, 2001. hlm. 10

Syukur, Amin. *Tasawuf Bagi Orang Awam (Menjawab Problematika Kehidupan)*.
Yogyakarta: LPK-2, Suara Merdeka, 2006.

Studi Kasus Dakwah Ustadzah Nafisah Trainer Sebagai Bentuk Komunikasi Retorika
di Media TikTok