ABSTRAK

Dani Fadilah: *Retorika Dakwah Muhammad Alfa Abdurrahman Pada Media Sosial TikTok (Studi Deskriptif Pada Akun TikTok @hawariyyun7)*

Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan transformasi dalam praktik dakwah Islam, khususnya melalui media sosial seperti TikTok. Platform ini memungkinkan penyampaian pesan keagamaan dalam format video pendek yang ringkas, visual, dan menarik, sehingga sangat efektif menjangkau generasi muda. Salah satu figur pendakwah yang memanfaatkan potensi ini adalah Muhammad Alfa Abdurrahman melalui akun TikTok @hawariyyun7. Gaya dakwah yang ia tampilkan cenderung komunikatif, kontekstual, dan menyentuh aspek emosional serta spiritual audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika dakwah Muhammad Alfa berdasarkan teori retorika klasik Aristoteles yang mencakup tiga unsur utama: *Ethos* (kredibilitas), *Pathos* (emosi), dan *Logos* (nalar logis). Selain itu, penelitian ini juga menelaah bagaimana respons audiens terhadap konten dakwah yang diunggah dalam akun tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Data diperoleh dari 20 video dakwah yang diunggah oleh Muhammad Alfa antara bulan Agustus Juni hingga Februari 2025. Proses analisis dilakukan dengan cara mengkategorisasikan dan menginterpretasi konten berdasarkan unsur-unsur retorika yang dikaji, serta memeriksa tanggapan audiens melalui interaksi di kolom komentar TikTok.

Teori retorika Aristoteles menjadi kerangka dasar untuk melihat bagaimana strategi komunikasi dakwah yang menekankan pentingnya kredibilitas pembicara (*Ethos*), daya tarik emosional (*Pathos*), dan argumentasi logis (*Logos*) dalam proses persuasi. Ketiga unsur ini dianalisis dalam konteks media dakwah digital, khususnya melalui format video pendek TikTok yang memiliki karakteristik visual, cepat, dan interaktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muhammad Alfa berhasil menggabungkan ketiga unsur tersebut secara efektif. Respons audiens terhadap kontennya pun sangat positif, ditandai dengan komentar yang apresiatif dan interaksi yang menunjukkan adanya pengaruh emosional dan spiritual. Temuan ini mengindikasikan bahwa retorika dakwah di TikTok, jika dikemas secara strategis dan kontekstual, dapat menjadi media dakwah yang efektif di era digital.

Kata kunci: *Retorika dakwah, Media Sosial, TikTok*