

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Seiring dengan perkembangan globalisasi, penyebaran informasi tidak dapat dihentikan lagi. Individu, mau pun masyarakat sekarang tidak dapat lolos dari gelombang media massa yang terus menyebar. Apa yang tadinya sepihak menjadi semakin interaktif.

Media massa telah menjadi bagian penting dari kehidupan kita hari ini. Media sosial seperti tiktok, Instagram, facebook tidak hanya memungkinkan kita berbagi informasi tetapi juga untuk menemukan orang lain dan membangun komunikasi.

B.K. Lewis (2010), media sosial menurut psikologi komunikasi adalah suatu label para teknologi digital yang memungkinkan orang berhubungan, berinteraksi, memproduksi dan berbagai isi pesan. Menurut M.L Kent (2013), media sosial adalah semua bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah dan umpan balik sesuai teori komunikasi.

Pada tahun-tahun terakhir ini, orang Indonesia sudah menggunakan berbagai media sosial dalam skala yang semakin luas. Berdasarkan data Reportal per Januari 2024, jumlah orang yang aktif menggunakan media sosial di

Indonesia sudah mencapai 139 juta, atau sekitar 49,9% dari keseluruhan penduduk. Data menunjukkan pula adanya 185,3 juta pengguna internet, atau 66,5% (DataReportal, Digital 2024 di akses pada tanggal 15 Januari 2026. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia#:~:text=The%20state%20of%20digital%20in%20Indonesia%20in%202024&text=There%20were%20185.3%20million%20internet,percent%20of%20the%20total%20population.>)

Dengan kata lain data ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah terhubung dengan internet dan menjadikan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Salah satu platform yang paling banyak diminati dan digunakan saat ini adalah TikTok.

Dakwah dalam media sosial TikTok saat ini telah berkembang menjadi salah satu bagaimana penyebaran nilai-nilai Islam dapat diterima di era digital. Melalui fitur yang ada seperti durasi video yang singkat, bermacam efek visual, serta algoritma yang dapat mendorong dengan cepat penyebaran konten, para pendakwah juga menggunakan TikTok sebagai peluang untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, khususnya di kalangan generasi muda.

Banyak dai kini dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi dan mampu memanfaatkan media yang sedang ramai digunakan masyarakat sebagai sarana dakwah. Hal ini penting karena generasi saat ini, terutama kalangan muda, lebih banyak menghabiskan waktu dengan gawai mereka dibandingkan

menghadiri kajian di masjid atau tempat pembelajaran lainnya. Salah satu media yang paling populer dan banyak diakses saat ini adalah TikTok.

Retorika dalam kegiatan dakwah memiliki peran penting dalam menentukan sejauh mana pesan dapat tersampaikan secara efektif. Kemampuan seorang dai untuk menyajikan ajaran agama dalam bentuk yang menarik dan mudah dipahami menjadi faktor utama keberhasilan dakwah di era digital. Pemanfaatan elemen visual dan audio yang sesuai di TikTok memberikan peluang bagi pendakwah seperti Kadam Sidik untuk menyampaikan pesan secara lebih menarik dan interaktif. Hal ini dapat meningkatkan ketertarikan serta pemahaman audiens terhadap materi dakwah yang dibawakan.

Retorika dakwah merupakan seni dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara efektif dan persuasif dengan memperhatikan karakteristik audiens. Retorika dakwah melibatkan penerapan prinsip hikmah kebijaksanaan, mau'idzatul hasanah nasihat yang baik, serta mujadallah dialog atau perdebatan yang dilakukan secara santun sebagai upaya mengajak masyarakat menuju kebaikan (Yusuf 2004 :10).

Meski demikian, penyampaian dakwah melalui media sosial juga memiliki tantangan tersendiri. Batasan durasi video mengharuskan pendakwah mampu merumuskan pesan yang singkat namun tetap bernilai dan mendalam. Selain itu, adanya kemungkinan tersebarnya informasi yang kurang tepat serta potensi kesalahpahaman terhadap pesan turut menjadi perhatian penting. Karena itu, mengkaji retorika yang digunakan oleh pendakwah seperti Kadam Sidik

menjadi relevan untuk memastikan bahwa isi dakwah yang disampaikan tetap sejalan dengan prinsip ajaran Islam dan dapat diterima secara tepat oleh para audiens.

Seiring meningkatnya pemanfaatan media sosial terutama TikTok sebagai wadah penyebaran dakwah, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memahami perkembangan dakwah digital di Indonesia. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana retorika yang digunakan oleh Kadam Sidik dapat menjadi acuan bagi pendakwah lain dalam menyampaikan pesan-pesan Islam secara efektif di era digital. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam mengenai praktik retorika dakwah di platform TikTok. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu para dai yang turut berdakwah melalui TikTok agar mampu menghasilkan konten yang lebih berkualitas dan tepat sasaran. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik mengangkat topik ini dalam skripsi berjudul “Retorika Kadam Sidik Dalam Berdakwah di Media Sosial TikTok.”

Pemilihan retorika Kadam Sidik dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik penyampaiannya yang dianggap berbeda dibandingkan pendakwah lainnya di media sosial TikTok. Kadam Sidik menggunakan gaya bahasa yang santai, humoris, dan komunikatif, namun tetap tegas dalam menyampaikan pesan dakwah. Kombinasi tersebut membuat retorikanya terlihat khas dan relevan dengan karakter anak muda di TikTok. Keunikan inilah yang menjadi alasan penelitian ini penting dilakukan, karena retorika yang ia gunakan menunjukkan

bagaimana pendakwah dapat menyesuaikan cara penyampaian pesan agar lebih mudah diterima di media sosial.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada bagaimana Kadam Sidik menerapkan unsur-unsur retorika dalam penyampaian dakwahnya di platform media sosial TikTok. Maka peneliti telah mengajukan beberapa pertanyaan penelitian, diantaranya:

1. Bagaimana *Ethos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00?
2. Bagaimana *Pathos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00?
3. Bagaimana *Logos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui beberapa pertanyaan penelitian diatas mengenai retorika kadam sidik dalam berdakwah di media sosial dalam akun Tiktok @kadamsidik00

1. Untuk mengetahui *Ethos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00
2. Untuk mengetahui *Pathos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00
3. Untuk mengetahui *Logos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00

## **D. Kegunaan Penelitian**

1. Manfaat secara Akademis

Melalui penelitian ini, penulis bertujuan merumuskan pemahaman mengenai strategi penyampaian dakwah di media sosial, khususnya TikTok. Penelitian ini juga

diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam meningkatkan kemampuan retorika para da'i, terutama mereka yang berminat berdakwah melalui platform digital. Dengan demikian, aktivitas tabligh atau ceramah dapat berlangsung secara lebih efektif, kreatif, dan mampu menghasilkan konten positif yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kehidupan modern. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat secara Praktis

Untuk tujuan praktis, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan kajian dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, serta menjadi rujukan bagi para praktisi dakwah dalam melaksanakan kegiatan dakwah melalui media sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan efektivitas dan keberhasilan penyampaian pesan dakwah di platform digital.

## **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam penelitian ini, peneliti memakai teori retorika yang dikemukakan oleh Aristoteles. Untuk menganalisis retorika Kadam Sidik Dalam pelaksanaan dakwah di media sosial, terdapat sejumlah elemen yang saling berkaitan, seperti komunikasi lisan, tulisan, dan audiovisual. Pada platform TikTok, bentuk dakwah yang dominan adalah audiovisual yang mengandalkan pendengaran dan penglihatan.

Aristoteles dalam bukunya yang berjudul *Rhetoric* pengemukakan pengertian retorika, yaitu kemampuan untuk memilih dan menggunakan bahasa dalam situasi tertentu secara efektif untuk mempengaruhi orang lain. Retorika berarti kesenian untuk berbicara baik, yang dicapai berdasarkan bakat alam dan keterampilan teknis.

Herrick (2017) menjelaskan bahwa, menurut Aristoteles, retorika merupakan sebuah seni yang bersifat praktis. Retorika memiliki berbagai manfaat, antara lain memberikan ruang bagi gagasan yang benar dan adil, membantah argumen yang lemah, serta memberikan dukungan bagi individu yang didakwa dalam suatu perkara. Selain itu, retorika juga mendorong kemampuan analisis kritis terhadap isu-isu politik yang berkembang. Retorika membantu seseorang untuk berkomunikasi secara jelas sekaligus memengaruhi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang penting (Herrick, 2017, hlm. 88).

Dow (2015) turut menjelaskan bahwa retorika merupakan keterampilan dalam melaksanakan peran berbicara di hadapan publik maupun dalam konteks kenegaraan. Lebih jauh, retorika dapat dipahami sebagai kemampuan yang membantu warga negara mencapai suatu penilaian publik yang tepat dan berbasis pertimbangan yang benar (Dow, 2015, hlm. 65).

Teori retorika erat kaitannya dengan *Artistic* milik Aristoteles, yaitu karakter, emosi dan argumen (Habinek, 2017. p. 65).

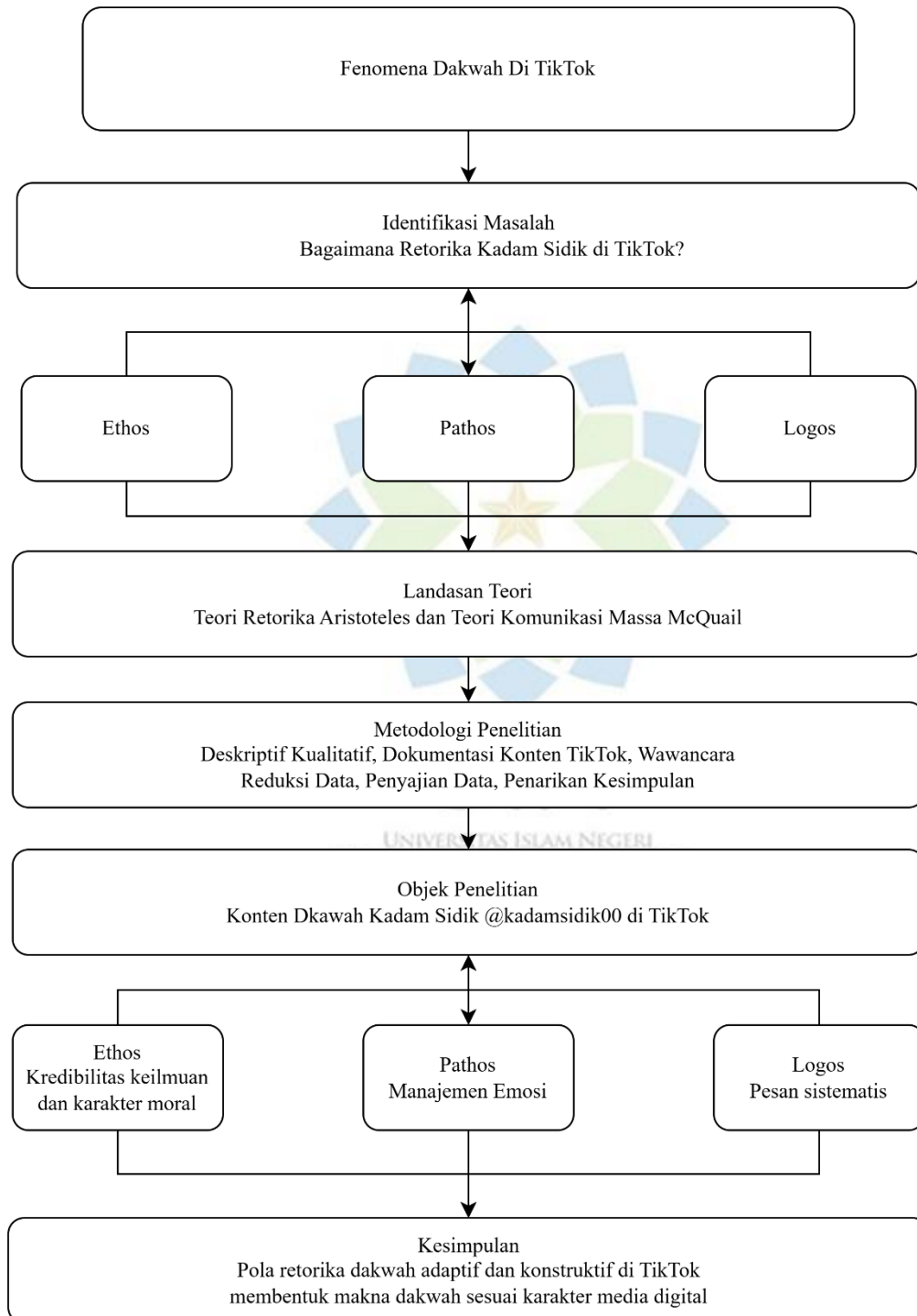
*Artistic Proofs* singkatnya menganalisis pidato, orasi dan komunikasi publik lainnya dari sisi presentasi karakter pembicara sebagai orang yang dapat dipercaya berdasarkan apa yang dia katakan dalam pidatonya, munculnya emosi (*pathos*) pada

audiens, penggunaan argument (*logos*) yang berusaha menunjukkan sesuatu sesuai tujuan pidato, serta memperhatikan tiga faktor utama dalam situasi ketika berpidato yaitu, pembicara atau pembawa pidato, subjek, dan penonton atau audiens (Kennedy, 2009).

Dalam konteks dakwah Islam, retorika memegang peranan penting dalam menyampaikan ajaran agama secara menarik dan mudah dipahami. Retorika dakwah mencakup berbagai unsur komunikasi, seperti penggunaan bahasa yang lugas, gaya penyampaian yang efektif, serta strategi persuasi yang disesuaikan dengan karakteristik audiens. Al-Bayanuni menyatakan bahwa retorika dalam dakwah perlu memperhatikan beberapa prinsip utama, yakni kejelasan, ketepatan dalam penyampaian pesan, dan kekuatan daya tarik dalam cara penyampaiannya.

Secara prinsip, retorika bagi seorang da'i berfungsi sebagai ilmu pendukung yang membantu pelaksanaan dakwah agar berjalan dengan baik dan terencana. Ketika metode dakwah disesuaikan dengan situasi serta kondisi yang dihadapi, maka penyampaian pesan diharapkan dapat mencapai hasil yang optimal sesuai tujuan yang diinginkan.

## F. Kerangka Pemikiran



## G. Langkah-Langkah Penelitian

Dalam mengkaji penelitian retorika dakwah yang digunakan kadam sidik dalam video dakwah di akun Tiktoknya, peneliti menggunakan beberapa langkah penelitian, diantaranya:

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah akun Tiktok @kadamsidik00. Akun Tiktok @kadamsidik00 menampilkan materi dakwah, memperlihatkan gaya penyampaian langsung oleh Kadam Sidik, serta relevan untuk dianalisis menggunakan teori retorika Aristoteles yang mencakup *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Setiap video yang memenuhi kriteria kemudian diamati secara mendalam melalui proses transkripsi, analisis visual dan audio, serta pengamatan terhadap pola penyampaian pesan dakwah. Melalui unit analisis ini, penelitian berupaya mengidentifikasi dan memahami pola retorika yang digunakan Kadam Sidik dalam berdakwah di TikTok serta menilai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkannya dalam menjangkau audiens digital.

Akun @kadamsidik00 telah memiliki 6,3 juta pengikut dan total suka 408,7 juta. Dalam akunnya, Kadam Sidik sering membagikan konten keseharian sebagai seorang muslim atau pertanyaan seputar masalah anak muda yang mudah dipahami dan bersifat edukatif, Dalam berdakwah, ia menyampaikan pesan-pesan kebaikan serta nilai-nilai Islam yang relevan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya bahasa yang digunakan pun sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat

luas, ditambah dengan pemanfaatan berbagai format serta teknik editing yang menarik sehingga mampu memikat perhatian pengguna TikTok.

Penelitian terhadap akun dakwah TikTok @kadamsidik00 ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai praktik dakwah yang berlangsung melalui platform TikTok. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan memberikan saran konstruktif bagi para dai muda yang ingin berdakwah di media sosial. Penelitian ini juga diharapkan memberi manfaat bagi masyarakat luas melalui edukasi dan inspirasi yang dapat diperoleh dari konten-konten dakwah yang disajikan di platform tersebut.

## 2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, yaitu paradigma yang memandang ilmu pengetahuan atau kebenaran bersifat relatif tidak hanya tunggal tetapi bisa berubah tergantung interpretasi tiap individu maupun kelompok (Creswell 2014).

Oleh karena itu penelitian ini berupaya memahami retorika dakwah Kadam Sidik sebagai konstruksi makna yang terbentuk melalui proses kreatifnya dalam menyampaikan dakwah di TikTok serta bagaimana audiens menafsirkan pesan-pesan tersebut. Paradigma konstruktivis dipilih karena fokus penelitian ini adalah memahami makna, strategi, dan representasi dakwah yang dibangun melalui konten video.

Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dalam kondisi ilmiah dan menekankan makna dari pada generalisasi. (Saebani, 2015: 20).

Pendekatan ini digunakan karena penelitian berusaha memahami secara mendalam bagaimana gaya komunikasi Kadam Sidik terbentuk, ditampilkan, dan ditafsirkan oleh audiens dalam konteks dakwah di TikTok. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menggali proses komunikasi yang berlangsung dalam konten video, strategi penyampaian pesan, pilihan bahasa, ekspresi nonverbal, serta teknik retorika yang digunakan. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti mengeksplorasi fenomena dakwah di media sosial sebagai praktik komunikasi yang bersifat dinamis dan penuh makna, sehingga hasil penelitian dapat menyajikan pemahaman komprehensif mengenai gaya komunikasi sang dai.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam tentang retorika yang digunakan oleh Kadam Sidik dalam berdakwah di media sosial Tiktok.

Menurut Moleong (2019), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena sosial dari perspektif partisipan, dengan cara mendeskripsikan secara holistik dan kontekstual. Pendekatan ini digunakan untuk menangkap makna, pemahaman, dan persepsi informan terhadap realitas sosial yang mereka alami.

Dalam konteks penelitian ini, pendekatan deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi retorika yang digunakan kadam sidik berdasarkan konsep teori retorika dari Aristoteles.

#### 4. Jenis Data dan Sumber Data

##### a. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian kualitatif adalah data deskriptif yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan arsip yang menggambarkan situasi dan peristiwa yang diteliti secara mendalam. (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, jenis data yang dikumpulkan berupa data kualitatif dalam bentuk uraian atau narasi. Data tersebut diperoleh melalui proses analisis konten serta pengamatan langsung terhadap cara Khadam Sidik menyampaikan dakwahnya di platform TikTok.

Adapun Jenis data yang digunakan penelitian ini yaitu:

- 1) *Ethos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00
- 2) *Pathos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00
- 3) *Logos* Kadam Sidik di akun Tiktok @kadamsidik00

##### b. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang didapatkan oleh peneliti melalui dua sumber yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

##### 1) Data Primer

Sumber data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu video-video dakwah Kadam Sidik pada akun Tiktok @kadamsidik00 yang dipilih berdasarkan waktu, intensitas tayangan, serta relevansinya dengan analisis retorika Aristoteles. Selain itu, sumber primer juga diperoleh melalui wawancara dengan pihak terkait, seperti Kadam Sidik sebagai pendakwah.

## 2) Data Sekunder

Adapun sumber data sekunder meliputi berbagai literatur, buku, jurnal ilmiah, artikel akademik, dan dokumen digital yang berkaitan dengan retorika Aristoteles, komunikasi dakwah, serta penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran dakwah. Sumber sekunder lainnya mencakup artikel atau informasi publik mengenai aktivitas Kadam Sidik, serta catatan observasi peneliti selama proses pengamatan konten TikTok. Semua sumber ini digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan pemahaman menyeluruh terhadap retorika dakwah yang dilakukan oleh Kadam Sidik di media sosial TikTok.

### 1. Informan atau Unit Analisis

Unit analisis ialah sesuatu yang berhubungan dengan fokus atau komponen yang diteliti. Unit analisis suatu penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, dan waktu tertentu sesuai dengan fokus permasalahannya (Sugiyono, 2016: 122). Unit analisis yang diteliti pada penelitian kali ini ialah retorika yang digunakan Kadam Sidik dalam akun Tiktok @kadamsidik00.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengkajian terhadap dokumen tertulis, gambar, atau rekaman yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Sugiyono (2016: 240), dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui pencatatan data yang

diperoleh dari dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, atau karya monumental seseorang.

Dokumen tersebut berfungsi sebagai sumber data yang dapat memberukan gambaran langsung mengenai objek yang diteliti.

Penerapan metode dokumentasi dalam penelitian ini berfungsi untuk memetakan data historis serta bukti empiris yang penting bagi penguatan analisis data hasil observasi dan wawancara. Dokumentasi dilakukan secara komprehensif dengan tidak hanya meninjau aspek visual dan verbal dari konten dakwah Kadam Sidik, tetapi juga mengintegrasikan elemen metadata digital. Hal ini mencakup analisis terhadap jumlah tayangan, intensitas tanda suka, dinamika kolom komentar, serta kronologi unggahan untuk memberikan pemahaman yang utuh mengenai konteks komunikasi di platform TikTok.

Sumber data dokumentasi dalam penelitian ini mencakup rincian profil akun, deskripsi pada setiap unggahan, serta statistik performa konten seperti jumlah pengikut, tanda suka, dan total penayangan. Selain itu, dinamika interaksi dalam kolom komentar juga didokumentasikan sebagai basis data penting. Penggunaan studi dokumentasi memberikan keunggulan efisiensi bagi peneliti karena aksesibilitas datanya yang tinggi tanpa memerlukan biaya besar untuk pengumpulan data primer tambahan. Data yang dihasilkan cenderung lebih terorganisir dan komprehensif, sehingga sangat menunjang ketepatan dalam proses analisis dan interpretasi data retorika digital.

Studi dokumentasi juga memiliki kelemahan dan keterbatasan tertentu, seperti adanya potensi bias atau ketidaklengkapan pada sumber data yang tersedia. Di samping itu, peneliti juga perlu mewaspadai risiko terjadinya kekeliruan dalam proses pengumpulan maupun interpretasi data yang bersumber dari dokumen-dokumen tersebut. Oleh karena itu, diperlukan ketelitian kritis dalam mengolah data dokumentasi guna meminimalisir kesalahan analisis.

b. Wawancara

Teknik wawancara digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam. Selain itu, data juga dapat diperkuat melalui wawancara dengan pihak-pihak yang relevan. Pada rencana awal, peneliti bermaksud melakukan wawancara langsung dengan Khadam Sidik untuk menggali lebih jauh mengenai strategi dakwah dan penggunaan retorika yang ia terapkan dalam setiap kontennya.

Penggunaan teknik wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dimensi internal dari strategi retorika Kadam Sidik yang tidak dapat ditemukan dalam Teknik dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan untuk memahami motif di balik pemilihan pesan, proses konstruksi argumen, serta upaya sadar subjek dalam membangun kredibilitas (*ethos*) di platform TikTok. Selain itu, teknik ini berfungsi sebagai sarana triangulasi untuk memvalidasi temuan dari data dokumentasi dan observasi, sehingga peneliti memperoleh pemahaman komprehensif mengenai bagaimana retorika dakwah

diadaptasikan dengan karakteristik komunikasi digital dan interaksi audiens Gen Z.

### 3. Teknik Keabsahan Data

Triangulasi adalah pendekatan analisis data yang menggabungkan data dari berbagai sumber untuk memperkuat interpretasi dan meningkatkan kebijakan berbasis bukti. Dengan menguji informasi melalui metode, kelompok, dan populasi yang berbeda, triangulasi dapat mengurangi dampak penyimpangan dan menunjukkan bukti yang konsisten. Pendekatan ini mengintegrasikan data kuantitatif dan kualitatif, serta mempertimbangkan keahlian pakar untuk meningkatkan validitas hasil penelitian. (Bachri, 2010).

### 4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik analisis ini dipilih untuk memudahkan peneliti dalam memahami, mengorganisasi, dan menafsirkan data terkait retorika yang digunakan Khadam Sidik dalam konten dakwah di TikTok.

#### a. Reduksi Data

Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan menyaring data mentah yang diperoleh melalui observasi video pada akun TikTok Khadam Sidik. Informasi yang berkaitan dengan unsur-unsur retorika Aristoteles. Proses reduksi ini membantu peneliti menghilangkan data yang tidak relevan, sehingga fokus

penelitian tetap terarah pada teknik retorika yang digunakan dalam menyampaikan dakwah.

b. Penyajian Data

Setelah data direduksi, peneliti menyajikannya dalam bentuk uraian naratif yang terstruktur. Penyajian ini meliputi penjelasan mengenai bagaimana Kadam Sidik membangun ethos, memunculkan pathos, dan menyusun *logos* dalam setiap konten dakwahnya. Data ditampilkan secara sistematis agar pola, hubungan antarkategori, serta kecenderungan tertentu dapat terlihat dengan jelas. Penyajian ini juga memudahkan peneliti membandingkan temuan antar video dan antar sumber data lainnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir analisis dilakukan dengan menafsirkan keseluruhan data yang telah disajikan. Peneliti menyusun kesimpulan mengenai bagaimana retorika Khadam Sidik dibentuk dalam konten dakwahnya, serta sejauh mana penggunaan ethos, pathos, dan logos mendukung efektivitas dakwah di platform TikTok. Kesimpulan kemudian diverifikasi kembali melalui pengecekan data dan triangulasi untuk memastikan keabsahan hasil penelitian.