

## Retorika Dakwah Ustadz Zai dalam Konten Instagram @hudzask

**Annisa Yulia Fitriani<sup>\*</sup>, M. Fauzi Arif, Ahmad Mudakir**

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

yuliaannisa487@gmail.com, muhammadfauziarif@gmail.com, ahmadmudakir@unisba.ac.id

**Abstract.** This study aims to examine the format and rhetorical use of Islamic da'wah messages on Hudzaifah Aslam Mubarak's Instagram account (@hudzask). The method used was descriptive qualitative research with a content analysis approach. Data were collected from six Islamic da'wah videos uploaded between June and December 2024. The theories applied include Aristotelian rhetoric (ethos, pathos, logos), Islamic da'wah message theory, and the principles of Quranic qaulan (religious teachings). The results revealed that Ustadz Zai's Islamic da'wah messages encompass themes of faith, sharia, and morality, delivered using communicative and ethical rhetoric. Ethos is demonstrated through his credibility as a hafiz (religious memorizer) and a graduate of an Islamic boarding school (pesantren). Pathos is evident in his emotional approach, while logos is reflected in his logical delivery. The values of qaulan are also present in his honest, gentle, and polite speaking style. Ustadz Zai's sermons are closely related to the characteristics of Generation Z, who are active social media users.

**Keywords:** *Rhetoric, Da'wah Message, Instagram.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan menganalisis format dan penggunaan retorika dalam pesan dakwah Islam di akun Instagram Hudzaifah Aslam Mubarak (@hudzask). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konten. Data diambil dari enam video dakwah Islam yang diunggah antara Juni-Desember 2024. Teori yang diterapkan mencakup retorika Aristoteles (etos, pathos, logos), teori pesan dakwah Islam, dan prinsip qaulan quran (ajaran agama). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan khutbah Ustadz Zai mencakup tema akidah, syariah, dan akhlak, disampaikan dengan retorika komunikatif dan etis. Etos terlihat melalui kredibilitasnya sebagai hafiz dan lulusan pesantren. Pathos muncul dalam pendekatan emosionalnya, sementara logos tercermin dari penyampaian logisnya. Nilai-nilai qaulan juga terwujud dalam gaya bicaranya yang jujur, lembut, dan santun. Dakwah Ustadz Zai terbukti relevan dengan karakteristik Generasi Z sebagai pengguna media sosial aktif.

**Kata Kunci:** *Retorika, Pesan Dakwah, Instagram.*

## A. Pendahuluan

Dalam konteks dakwah, komunikasi lisan merupakan unsur penting dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Dakwah yang efektif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada cara penyampaian agar dapat diterima dan dipahami oleh audiens. Oleh karena itu, retorika menjadi keterampilan yang harus dimiliki oleh pendakwah, karena membantu penyampaian pesan secara persuasif (Sunarto, 2014).

Pendakwah harus mampu menyesuaikan pesan yang ingin disampaikan dengan konteks audiens. Tidak semua pesan dapat langsung diterima oleh audiens, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih adaptif, berorientasi pada solusi, dan humoris agar hasil yang dicapai lebih efektif. Sebagaimana yang tertuang dalam buku *Retorika Dakwah*, seorang pendakwah harus mempertimbangkan apakah pesan yang disampaikan kepada audiens sudah tepat atau belum. Tidak semua pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiensnya (Sunarto, 2014).

Seorang pendakwah harus mampu menyampaikan dakwahnya dengan strategi komunikasi yang ada. Dakwah adalah usaha pendakwah untuk mengajak audiensnya untuk mengikuti ajaran islam, dengan mengembangkan diri terlebih dahulu (Saiful Ma'arif, 2018). Generasi Z, yang tumbuh di era digital, memiliki akses informasi yang tinggi dan cenderung kritis. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram menjadi penting untuk menjangkau mereka (Tohir, 2021). Instagram adalah sebuah platform yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan informasi melalui berbagai format, termasuk foto, video, dan teks yang menyertainya (Sutrisno & Mayangsari, 2022). Instagram berfungsi sebagai platform yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berbagi video singkat yang diunggah oleh berbagai individu, memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kreativitas dan berbagi momen-momen penting dalam hidup mereka. (Zain & Dwivayani, 2024)

Ustadz Zai merupakan salah satu pendakwah muda yang berhasil menggunakan metode komunikasi modern untuk menjangkau generasi Z melalui konten dakwah yang terstruktur dan komunikatif.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja bentuk pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Zai dalam konten Instagram @hudzask?
2. Bagaimana penggunaan aspek ethos, pathos, dan logos dalam retorika dakwah Ustadz Zai dalam konten Instagram @hudzask?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap pesan-pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Zai dan menjelaskan penerapan retorika Aristoteles dalam penyampaian pesan di Instagram.

## B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut Sugiyono (Sutikno & Hadisaputra, 2020), adalah metode yang digunakan dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai alat utama. Penelitian ini bertujuan untuk memahami konten dakwah Ustadz Zai di Instagram, dengan fokus pada unsur-unsur retorika menurut Aristoteles: Etos (kredibilitas), Pathos (emosi), dan Logos (argument logis) dan . Penelitian ini tidak menggunakan metode kuantitatif karena lebih berfokus pada pemahaman penyampaian pesan dakwah yang tidak dapat dicapai melalui perhitungan numerik. (Syamsuddin, 2014)

Metode analisis yang digunakan adalah analisis retorika, yang cocok untuk mengkaji elemen verbal dan nonverbal dalam penyampaian dakwah, seperti pemilihan kata, intonasi, dan gaya bicara (Hidayatullah et al., 2024). Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami kredibilitas, pengaruh emosi, dan argumentasi dalam dakwah Ustadz Zai. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi konten dakwah, di mana peneliti mengobservasi video dakwah dari akun Instagram @hudzask pada periode Juni – Desember 2024 untuk mengetahui cara penyampaian pesan dakwah, termasuk gaya bicara dan ekspresi nonverbal. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan komentar pada video dakwah untuk melihat reaksi followers terhadap dakwah Ustadz Zai, yang memberikan wawasan tentang karakteristik retorika yang digunakan.

Dan juga menggunakan analisis isi, analisis isi adalah teknik penelitian yang dirancang untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat direplikasi dan dianggap valid. Proses ini dilakukan dengan menafsirkan dan mengkodekan materi tekstual yang relevan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat

mengeksplorasi berbagai aspek dari teks yang dianalisis, termasuk makna, konteks, dan pola yang muncul.

Dalam evaluasi ini, teks dievaluasi secara sistematis, mencakup berbagai bentuk dokumen, komunikasi lisan, dan grafik. Dengan cara ini, peneliti dapat mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang berkontribusi pada pemahaman keseluruhan dari materi yang diteliti. Data kualitatif yang diperoleh dari analisis ini kemudian dapat dikonversi menjadi data kuantitatif, memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis statistik dan menarik kesimpulan yang lebih luas.

Konversi data kualitatif menjadi kuantitatif memberikan dimensi baru dalam penelitian, karena memungkinkan peneliti untuk mengukur dan membandingkan temuan dengan cara yang lebih objektif. Dengan demikian, teknik penelitian ini tidak hanya memperkaya pemahaman tentang fenomena yang diteliti, tetapi juga meningkatkan keandalan dan validitas hasil penelitian. Melalui pendekatan yang sistematis dan terstruktur ini, analisis dapat memberikan wawasan yang mendalam dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang terkait. (Maria, 2018)

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### Profil Pendakwah dan Konten Dakwah

Ustadz Zai, yang bernama lengkap Hudzaifah Aslam Mubarak, lahir di Tasikmalaya pada 8 Desember 2004. Ia merupakan pendakwah muda yang aktif di media sosial dengan lebih dari 1,5 juta followers. Konten dakwahnya diunggah di akun Instagram @hudzask, yang mulai aktif sejak akhir 2019 dan semakin meningkat setelah ia lulus dari pondok pesantren dan SMA pada akhir 2023. Gaya bahasa yang lembut dan konten yang estetik membuatnya menarik perhatian Generasi Z. Akun ini tidak hanya mengunggah konten dakwah, tetapi juga daily vlog dan konten endorse, dengan total 27 video yang disusun secara estetik. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan seorang pendakwah yang pandai menggunakan retorika akan lebih mudah menarik perhatian *followers*nya, membangun kepercayaan, dan memengaruhi mereka untuk mempelajari Islam secara mendalam. Selain itu, media sosial, media utama dakwah modern, memiliki potensi besar untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan (Muliana et al., 2025).

Konten dakwah juga sangat penting dan harus diperhatikan, karena materi dakwah memiliki pengaruh besar terhadap minat remaja untuk mendengarkan. Konten-konten tersebut harus berdasarkan pada Al-Quran dan hadist, serta disesuaikan dengan perkembangan zaman. Selain itu, konten yang disampaikan perlu mempertimbangkan problematika yang dihadapi oleh masyarakat saat ini, sehingga dakwah dapat menjadi solusi dan jawaban atas permasalahan-permasalahan yang ada. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menjadi sekadar penyampaian informasi, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam kehidupan sehari-hari. (Parhan et al., 2022)

Dalam membangun konten dakwah yang relevan dan berdaya saing, seorang pembuat konten dakwah harus memperhatikan faktor etis dalam menyampaikan pesan. Penting bagi pembuat konten untuk menjaga keaslian pesan dakwah dan memastikan bahwa pesan tersebut tidak menimbulkan kesalahpahaman atau konflik dengan kelompok lain. Selain itu, pembuat konten dakwah juga harus memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak menyebarkan kebencian atau merendahkan kelompok lain yang memiliki keyakinan atau agama yang berbeda. Dengan demikian, etika dalam penyampaian pesan dakwah menjadi sangat penting untuk menciptakan komunikasi yang harmonis dan saling menghormati antarumat beragama. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas konten dakwah, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya suasana yang lebih damai dan toleran dalam masyarakat.

#### Bentuk Pesan Dakwah

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk pesan dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Zai. Berdasarkan observasi terhadap enam video unggahan, ditemukan bahwa pesan dakwah mencakup tema aqidah dan akhlak. Pesan adalah informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada audiens, dan harus mampu menarik perhatian mereka. Dalam bukunya yang berjudul "*How Communication Works?*", Wilbur Schramm mengemukakan apa yang disebut sebagai "syarat keberhasilan dalam komunikasi."

Di dalam buku tersebut, Schramm menjelaskan bagaimana seorang komunikator seharusnya menyiapkan pesan yang efektif. Menurutnya, pesan yang menarik adalah pesan yang memiliki

hubungan dengan kebutuhan audiens dan sekaligus memberikan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Jika pesan yang disampaikan tidak relevan dengan kebutuhan audiens, dan tidak memberikan solusi atau cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut, maka pesan itu akan dianggap tidak penting. Akibatnya, audiens tidak akan memperhatikan pesan yang disampaikan.

Oleh karena itu, sebelum menyampaikan pesan, komunikator sebaiknya terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan yang diinginkan oleh audiens. Dengan memahami kebutuhan audiens, komunikator dapat menyusun pesan yang lebih relevan dan menarik perhatian mereka (Nurhadi & Kurniawan, 2017).

Pesan dakwah merupakan unsur pokok dalam kegiatan dakwah yang berisi bahan-bahan atau isi ceramah yang akan disampaikan kepada mad'u (pendengar atau sasaran dakwah). Penyusunan pesan dakwah harus didasarkan pada pemahaman menyeluruh tentang kondisi obyektif mad'u, yang diperoleh melalui berbagai cara seperti observasi langsung, wawancara (interview), atau telaah terhadap sumber-sumber tertulis yang relevan. Hal ini penting agar pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan, tingkat pemahaman, serta latar belakang mad'u sehingga lebih efektif dan tepat sasaran. Dalam kajian pesan dakwah, terdapat dua jenis pesan yang biasanya diidentifikasi, yaitu pesan utama dan pesan pendukung (Jafar & Amrullah, 2018).

Pesan-pesan tersebut berfokus pada penguatan iman, ketenangan dalam menghadapi kesulitan, dan pentingnya menjaga akhlak. Konten dakwah Ustadz Zai juga menampilkan pesan motivasi spiritual yang membangun optimisme dan semangat hijrah diri.

### **Penggunaan Unsur Retorika**

Dalam analisis retorika, Ustadz Zai menggunakan unsur etos, pathos, dan logos. Unsur etos ditampilkan melalui identitasnya sebagai hafidz Al-Qur'an dan lulusan pesantren, yang memperkuat kredibilitasnya. Unsur pathos terlihat dari ekspresi wajah dan intonasi suara yang menyentuh, serta narasi yang berkaitan dengan kondisi emosional audiens. Unsur logos digunakan dalam bentuk penalaran logis dan contoh kehidupan sehari-hari, meskipun tidak selalu mengutip ayat atau hadis secara eksplisit.

Retorika dikatakan sebagai seni karena menuntut keahlian dan keterampilan dalam penguasaan bahasa. Selain itu, retorika juga dianggap sebagai pengetahuan karena memiliki sekumpulan materi atau masalah yang harus disampaikan kepada pihak lain. Dalam retorika, kemampuan berlogika sangat penting, karena untuk menyampaikan sebuah gagasan atau ide kepada orang lain, tidak cukup hanya berbicara. Penyampaian harus dilakukan dengan penuh penjelasan, misalnya dengan mengikutsertakan contoh, anekdot, lambang-lambang, dan sebagainya secara logis. Hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan mudah dipahami, dimengerti, dan dapat ditindaklanjuti oleh lawan bicara. Dengan demikian, retorika berperan penting dalam komunikasi yang efektif dan persuasif (Rafiq, 2016). Retorika sering kali dianggap sebagai sekadar gaya bahasa atau gaya penyajian belaka. Anggapan ini dapat menimbulkan sikap yang kurang menghargai pentingnya retorika dalam komunikasi. Padahal, retorika lebih dari sekadar penggunaan bahasa yang menarik; ia merupakan seni yang melibatkan teknik dan strategi untuk menyampaikan pesan dengan cara yang efektif dan persuasif.

Ketika retorika dipandang hanya sebagai gaya, banyak orang yang mengabaikan nilai-nilai mendasar yang terkandung di dalamnya, seperti kemampuan untuk membangun argumen yang logis, menggerakkan emosi audiens, dan menciptakan hubungan yang kuat antara pembicara dan pendengar. Sikap ini dapat mengakibatkan pengurangan pemahaman tentang bagaimana retorika dapat digunakan untuk memengaruhi opini, membangun kesadaran, dan menciptakan perubahan positif dalam masyarakat.

Oleh karena itu, penting untuk mengubah pandangan ini dan menyadari bahwa retorika memiliki peran yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, politik, dan interaksi sosial. Dengan menghargai retorika sebagai alat komunikasi yang kuat, kita dapat lebih memahami dan memanfaatkan potensi bahasa untuk menyampaikan ide-ide yang bermanfaat dan membangun dialog yang konstruktif.

## Rangkuman Temuan

Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa Ustadz Zai berhasil mengadopsi strategi penyampaian dakwah yang relevan dengan kebutuhan spiritual dan psikologis audiens masa kini, tanpa meninggalkan esensi ajaran Islam. Retorika dakwah yang digunakan menunjukkan bahwa pesan-pesan emosional lebih berdaya persuasi, terutama bagi Generasi Z yang lebih responsif terhadap pendekatan personal dan reflektif.

Retorika merupakan suatu seni dalam berbicara yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi pendengar serta menyampaikan informasi secara rasional kepada orang lain. Dalam konteks ini, retorika tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan pesan, tetapi juga sebagai sarana untuk membujuk dan meyakinkan audiens tentang suatu ide atau pandangan.

Melalui penggunaan bahasa yang tepat, struktur argumen yang logis, dan teknik komunikasi yang efektif, seorang pembicara dapat menarik perhatian audiens dan membangkitkan minat mereka. Dengan demikian, retorika menjadi penting dalam berbagai situasi, baik dalam diskusi informal maupun dalam pidato resmi, di mana kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik dapat menghasilkan dampak yang signifikan.

Oleh karena itu, pemahaman dan penguasaan retorika sangat diperlukan, karena hal ini memungkinkan individu untuk mengekspresikan pikiran dan gagasan mereka dengan cara yang jelas dan persuasif, sehingga dapat memengaruhi cara pandang dan tindakan orang lain. Retorika juga merupakan seni dalam menarik minat pihak lain melalui berbicara, dengan cara mengatur unsur-unsur pembicaraan secara cermat untuk mendapatkan respons dari pendengar. Dalam proses ini, pembicara menggunakan berbagai teknik dan strategi untuk menciptakan daya tarik, sehingga audiens merasa terlibat dan terpengaruh oleh apa yang disampaikan. Dengan demikian, retorika berperan penting dalam membangun komunikasi yang efektif dan persuasif.

Retorika dalam arti luas adalah seni atau ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian tutur yang efektif, baik melalui lisan maupun tulisan, untuk mengefeksi dan mempengaruhi pihak lain. Kemampuan berkomunikasi secara efektif sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, politik, dan interaksi sosial.

Retorika mencakup teknik dan strategi untuk membangun argumen, menarik perhatian, dan membangkitkan emosi audiens. Dengan memahami elemen-elemen seperti ethos (kredibilitas), pathos (emosi), dan logos (logika), seseorang dapat menyusun pidato atau tulisan yang informatif dan persuasif. Sementara itu, dalam arti sempit, retorika berfokus pada seni atau ilmu tentang prinsip-prinsip pidato yang efektif, termasuk penggunaan bahasa yang tepat, pengaturan intonasi, dan penguasaan ekspresi. Dengan demikian, retorika memainkan peran penting dalam komunikasi, membantu individu menyampaikan ide dengan jelas dan meyakinkan, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan audiens.

## D. Kesimpulan

Berdasarkan penelusuran konten dakwah yang diunggah di akun Instagram Ustadz Zai, @hudzask, dari Juni hingga Desember 2024, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

### 1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah Ustadz Zai mencakup dua ajaran utama Islam, yaitu Aqidah dan Akhlak. Pesan Aqidah tampak jelas dalam upaya beliau untuk memperkuat keimanan kepada Allah SWT, dengan contoh seperti ketabahan dalam menghadapi cobaan hidup, keikhlasan menerima takdir, dan selalu berpandangan positif terhadap rencana-Nya (Maulana et al., 2020). Secara umum, pembahasan aqidah tauhid atau keimanan telah tertuang dalam rukun iman, yang merupakan fondasi utama dalam ajaran Islam. Rukun iman ini mencakup enam pokok ajaran yang harus diyakini dan diterima oleh setiap Muslim. Hal ini berkaitan erat dengan dalil-dalil yang ditemukan dalam al-Qur'an, yang menjadi sumber utama ajaran Islam.

Ayat-ayat al-Qur'an yang turun pada periode Mekkah umumnya berkaitan dengan aspek keimanan dan akhlak. Pada masa ini, fokus utama adalah membangun fondasi keimanan yang kuat di kalangan umat Islam yang masih dalam tahap awal. Ayat-ayat tersebut menekankan pentingnya tauhid, yaitu pengesaan Allah, serta mengajarkan nilai-nilai moral dan etika yang harus dipegang oleh setiap individu.

Dengan demikian, pemahaman tentang aqidah tauhid dan rukun iman tidak hanya menjadi aspek teologis, tetapi juga berimplikasi pada perilaku dan akhlak sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa keimanan yang benar harus tercermin dalam tindakan dan sikap seseorang, sehingga menciptakan masyarakat yang berakhlak mulia dan taat kepada Allah.

Sementara itu, pesan akhlak disampaikan melalui ajakan untuk menjaga hati dari rasa iri, meningkatkan hubungan dengan sesama, serta menumbuhkan kerendahan hati dan introspeksi (Qadaruddin Abdullah, 2019). Akhlak dalam aktivitas dakwah, sebagai salah satu materi dakwah, berperan sebagai pelengkap yang sangat penting untuk melengkapi keimanan dan keislaman seseorang. Meskipun akhlak sering dianggap sebagai aspek tambahan, bukan berarti masalah akhlak kurang penting dibandingkan dengan masalah keimanan dan keislaman. Sebaliknya, akhlak memiliki peran yang krusial dalam membentuk karakter dan perilaku individu yang beriman. Akhlak yang baik mencerminkan kualitas keimanan seseorang dan menjadi indikator sejauh mana seseorang mengamalkan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks dakwah, akhlak yang mulia dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi orang lain untuk memahami dan menerima pesan-pesan Islam. Ketika seorang pendakwah menunjukkan akhlak yang baik, seperti kejujuran, kesabaran, dan kasih sayang, hal ini akan menciptakan citra positif tentang ajaran yang disampaikannya.

Dengan demikian, akhlak tidak hanya menjadi aspek tambahan dalam dakwah, tetapi merupakan fondasi yang memperkuat keimanan dan keislaman seseorang. Dalam menjalankan aktivitas dakwah, penekanan pada akhlak yang baik akan membantu menciptakan lingkungan yang harmonis dan saling menghormati, serta mendorong lebih banyak orang untuk mendalami dan mengamalkan ajaran Islam.

Kedua pesan tersebut disampaikan dengan bahasa yang ringkas namun inspiratif, sesuai dengan karakteristik komunikasi efektif bagi generasi muda di media sosial. Media sosial bukan satu-satunya sarana penyebaran dakwah, karena interaksi langsung dengan audiens sering terjadi di luar media sosial, seperti dalam komunitas atau acara yang diselenggarakan oleh pihak ketiga. Oleh karena itu, cara yang lebih efektif untuk berdakwah kepada Generasi Z adalah memahami apa yang sebenarnya mereka pedulikan, termasuk topik dan persona pendakwah yang menyampaikannya. Dengan demikian, dakwah dapat disampaikan dengan lebih efektif dan dapat mempengaruhi Generasi Z untuk lebih mendalami agama dan nilai-nilai Islam (Imam Royani & Ahsan Shohifur Rizal, n.d.).

## 2. Unsur Retorika

Retorika adalah seni berbicara yang dapat mempersuasi dan memberikan informasi yang rasional kepada pihak lain. Dalam praktiknya, retorika melibatkan penggunaan bahasa yang efektif dan teknik komunikasi untuk menarik perhatian audiens serta memengaruhi pemikiran dan tindakan mereka (Sulistyarini, D. & Zainal, 2018). Sehubungan dengan pengaruh bahasa, retorika dapat digunakan oleh manusia dalam mengembangkan bakat-bakat tertingginya, yakni rasio dan cita rasa, melalui penggunaan bahasa yang efektif dan kreatif. Dengan memanfaatkan retorika, individu dapat menyampaikan ide dan gagasan mereka dengan cara yang lebih menarik dan persuasif. Kemampuan ini tidak hanya membantu dalam menyampaikan informasi, tetapi juga memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan perasaan dan pandangan secara lebih mendalam. Melalui retorika, manusia dapat mengasah kemampuan berkomunikasi, sehingga dapat menuangkan isi pikirannya secara jelas dan terstruktur.

Unsur-unsur retorika Ustadz Zai terlihat jelas melalui kombinasi etos (daya ingat dan kredibilitas sebagai seorang pembelajar), pathos (kemampuan untuk menyentuh emosi umat), dan logos (penyampaian yang logis dan konsisten) (Chaer et al., 2024). Ketiga unsur ini diekspresikan secara visual dan estetik, yang berkontribusi pada keberhasilan pesan dakwahnya di media sosial. Selain itu, nilai ayat-ayat Al-Qur'an (qaulan) memperkuat etika retorikanya. Oleh karena itu, dakwah Instagram Ustadz Zai merupakan metode komunikasi keagamaan yang efektif dan adaptif dalam budaya digital Generasi Z, yang tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara praktis, tetapi juga secara retorik menangkap aspek emosional dan psikologis audiens.

## Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing 1 Bapak M. Fauzi Arif, S.Sos.I., M.I.Kom dan pembimbing 2 Bapak Ahmad Mudakir, S. Th.I., M.Ag yang telah mengarahkan, memberikan saran dan dukungan hingga jurnal ini dibuat.

## Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Azmi Fadhilah Mujahid, & Muhammad Fauzi Arif. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Akun Instagram @Shiftmedia.Id. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 105–110. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.1471>
- Chaer, H., Rasyad, A., & Sirulhaq, A. (2024). *RETORIKA ALQURAN SEBAGAI PEMBELAJARAN BAHASA*. 8(1), 80–94.
- Dhovi Rizal Fachrudin, & Hendi Suhendi. (2022). Konstruksi Makna Pesan Dakwah pada Program Pendidikan dan Pelatihan Virtual Santri Siap Guna (SSG) Angkatan 40 Pondok Pesantren X Bandung di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 114–118. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.573>
- Fajar Nur Hidayat, & Chairiawaty. (2023). Pesan Dakwah Dalam Film Zharfa. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 7–16. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2034>
- Hidayatullah, I. H., Suherdiana, D., & Sukayat, T. (2024). Gaya Retorika Dakwah Bang Aswan. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 8(1), 83–102. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v8i1.28985>
- Imam Royani, M., & Ahsan Shohifur Rizal, M. (n.d.). *Institut Agama Islam Sunan Kalijogo Malang Strategi Retorika Dakwah Gus Iqdam Untuk Menarik Minat Generasi Z*.
- Jafar, I., & Amrullah, M. N. (2018). Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah dalam Kajian Al-Qur'an. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 41–66. <https://doi.org/10.15642/jki.2018.8.1.41-66>
- Maria, R. (2018). Analisis High Order Thinking Skill (HOTS) Taksonomi Bloom dalam Buku Teks Sejarah Indonesia. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 64–73.
- Maulana, I. I., Saefullah, C., & Sukayat, T. (2020). Dakwah di Media Sosial pada Channel Youtube Akhyar TV. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 258–274. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.675>
- Muliana, S., Sihombing, S. M., Rahmitha, S., & Sirait, A. K. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(May), 84–91.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Parhan, M., Rahmawati, Y., Rahmawati, I. R., Rastiadi, H. A., & Maysaroh, M. (2022). Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 65–75. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.16633>
- Qadaruddin Abdullah, M. Dr. M. Sos. I. (2019). *Pengantar Ilmu Dakwah*.

- Rafiq, Mohd. (2016). Urgensi Retorika Dalam Aktivitas Dakwah. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(1), 131–146. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v1i1.331>
- Saiful Ma'arif, B. (2018). *Komunikasi Dakwah (Paradigma Untuk Aksi)*.
- Sulistyarini, D. & Zainal, G. A. (2018). Buku Ajar RETORIKA. In *CV. AA. Rizky* (Vol. 51, Issue 1).
- Sunarto, H. A. (2014). *Retorika Dakwah*.
- Sutikno, M. S. Dr., & Hadisaputra, P. (2020). *Penelitian Kualitatif*.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Syamsuddin, M. (2014). Ruang Lingkup Retorika. *Retorika*, 1–39.
- Tohir, S. (2021). Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan. *Jurnal Da'wah*, 4, 103–121.
- Zain, A. A., & Dwivayani, K. D. (2024). Penggunaan Instagram pada Generasi Z Sebagai Media Komunikasi dalam Membangun Personal Branding Ilustrator @Indahoei. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 359–372. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.478>