

PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP RETORIKA TABLIGH DALAM KANAL YOUTUBE USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS

Fatma Avila Ramadania, Nasichah, Annisa Ardelia, Amelia Assama

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

fatma.avila24@mhs.uinjkt.ac.id, annisa.ardelia24@mhs.uinjkt.ac.id,

amelia.assama24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara dakwah disebarkan, terutama di kalangan Generasi Z yang tumbuh dalam budaya media daring. Penelitian ini bertujuan menganalisis pendekatan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus melalui kanal YouTube dan pandangan Generasi Z terhadap gaya penyampaian pesannya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis analisis isi komentar dari persepsi audiens, penelitian ini menelaah bagaimana gaya komunikasi, kredibilitas, dan relevansi pesan berpengaruh terhadap penerimaan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya penyampaian Ustadzah Halimah yang lembut, logis, dan menenangkan berhasil menarik perhatian Generasi Z serta membangun kedekatan emosional dengan audiens. Kanal YouTube berperan sebagai ruang dakwah yang interaktif dan mudah diakses, sehingga pesan keagamaan dapat tersampaikan secara efektif. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pendakwah digital untuk menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakter dan kebutuhan generasi muda.

Kata Kunci: *Ustadzah Halimah Alaydrus, Generasi Z, Retorika Tabligh, Dakwah Digital, Konten YouTube.*

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam teknologi digital telah secara signifikan mengubah bagaimana orang memperoleh informasi, termasuk dalam aspek keagamaan. Kini, YouTube berfungsi sebagai salah satu sarana utama dalam distribusi dakwah Islam. Pesan-pesan agama sekarang tidak hanya disampaikan melalui metode tradisional seperti ceramah di masjid atau majelis taklim, tetapi juga melalui video kuliah dan konten digital di YouTube. Dalam hal ini, retorika dakwah memainkan peran penting dalam menentukan seberapa efektif pesan agama diterima, dimengerti, dan dirasakan oleh audiens, terutama bagi generasi muda. Salah satu pendakwah yang dikenal luas dalam memanfaatkan YouTube untuk dakwah adalah Ustadzah Halimah Alaydrus, yang terkenal dengan cara penyampaian lembut, sopan, tetapi sarat makna dan

kedalaman spiritual.

Generasi Z, yang saat ini menjadi kelompok populasi terbesar di Indonesia dengan persentase 27,9% atau sekitar 74,93 juta jiwa—lebih besar dibandingkan generasi milenial yang mencapai 25,8%—merupakan segmen audiens yang potensial untuk dakwah secara digital.¹ Sebagai negara dengan jumlah pemeluk Islam terbanyak di dunia, lebih dari 237 juta orang, Indonesia memiliki peluang besar untuk perkembangan dakwah online. Generasi Z cenderung lebih menyukai komunikasi yang bersifat interaktif, memiliki dampak visual, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Gaya berbicara Ustadzah Halimah Alaydrus di YouTube, yang tenang, reflektif, dan menyentuh emosi, dianggap mampu menarik perhatian generasi ini, terutama di tengah maraknya konten dakwah lain yang bersifat debat atau konfrontatif. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti lebih jauh guna memahami bagaimana generasi Z menilai, menginterpretasikan, dan merespons retorika tabligh yang disampaikan melalui saluran YouTube.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji retorika dakwah di media sosial, namun mayoritas berfokus pada pendakwah pria atau pada strategi komunikasi yang lebih umum. Kajian yang secara khusus memperhatikan persepsi generasi Z terhadap retorika tabligh pendakwah wanita di YouTube, khususnya Ustadzah Halimah Alaydrus, masih sangat sedikit. Selain itu, penelitian yang mengaitkan gaya retorika keagamaan dengan karakteristik psikososial generasi digital pun terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengisi celah tersebut dengan melakukan analisis mendalam tentang bagaimana generasi Z memahami pesan dakwah melalui retorika Ustadzah Halimah Alaydrus di YouTube. Dakwah merupakan tanggung jawab setiap Muslim untuk mendorong kebaikan dan mencegah perbuatan yang salah.² Dalam konteks akademik, retorika dipahami sebagai kemampuan berbicara di depan umum untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.³ Dalam kerangka dakwah digital di YouTube, retorika tidak hanya berperan dalam menyampaikan ajaran agama, tetapi juga dalam membangun kedekatan emosional antara dai dan jamaah. Penelitian ini penting dalam bidang komunikasi dakwah dan psikologi komunikasi, terutama untuk memahami bagaimana pesan agama disampaikan di era digital melalui platform video online.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian tentang retorika tabligh, komunikasi keagamaan antar generasi, serta strategi dakwah yang efektif dan etis di media YouTube. Selain itu, hasil penelitian juga bisa dijadikan acuan

bagi para dai, akademisi, dan lembaga dakwah untuk merumuskan metode komunikasi yang lebih relevan dengan karakteristik generasi muda saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki sudut pandang Generasi Z terhadap cara Ustadzah Halimah Alaydrus dalam berdakwah di YouTube, dengan menekankan pada efektivitas komunikasi, dampak emosional yang dihasilkan, serta kesesuaian dengan budaya. Secara spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi pola persepsi positif dan negatif dari responden terhadap retorika dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus di YouTube.
2. Mengkaji sejauh mana YouTube berkontribusi dalam menyampaikan dan menguatkan pesan dakwah yang bersifat retorik.
3. Menawarkan saran bagi para pelaku dakwah tentang bagaimana menciptakan konten dakwah di YouTube yang sesuai dengan nilai-nilai serta karakteristik Generasi Z. Dengan cara ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai seberapa efektif retorika dakwah digital di YouTube dalam menjalin komunikasi religius antara para pendakwah dan audiens generasi sekarang.

Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini membahas bagaimana pandangan Generasi Z terhadap cara penyampaian pesan dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus melalui kanal YouTube-nya. Penelitian ini fokus pada tiga topik dakwah yang dibawakan, yaitu “Wanita Berkelas Surga”, “Ketenangan Hati”, dan “Jangan Bersedih, Nabi Muhammad Menyayangimu”. Pertanyaan yang ingin dijawab adalah bagaimana pandangan Generasi Z terhadap gaya penyampaian pesan dakwah oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dalam ketiga topik tersebut, faktor-faktor apa yang mempengaruhi pandangan mereka, serta bagaimana gaya penyampaian ini memengaruhi penerimaan pesan dakwah di kalangan Generasi Z. Dengan rumusan masalah ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang seberapa efektif pendekatan komunikasi dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus dalam menarik minat dan menyentuh hati generasi muda di era digital saat ini.

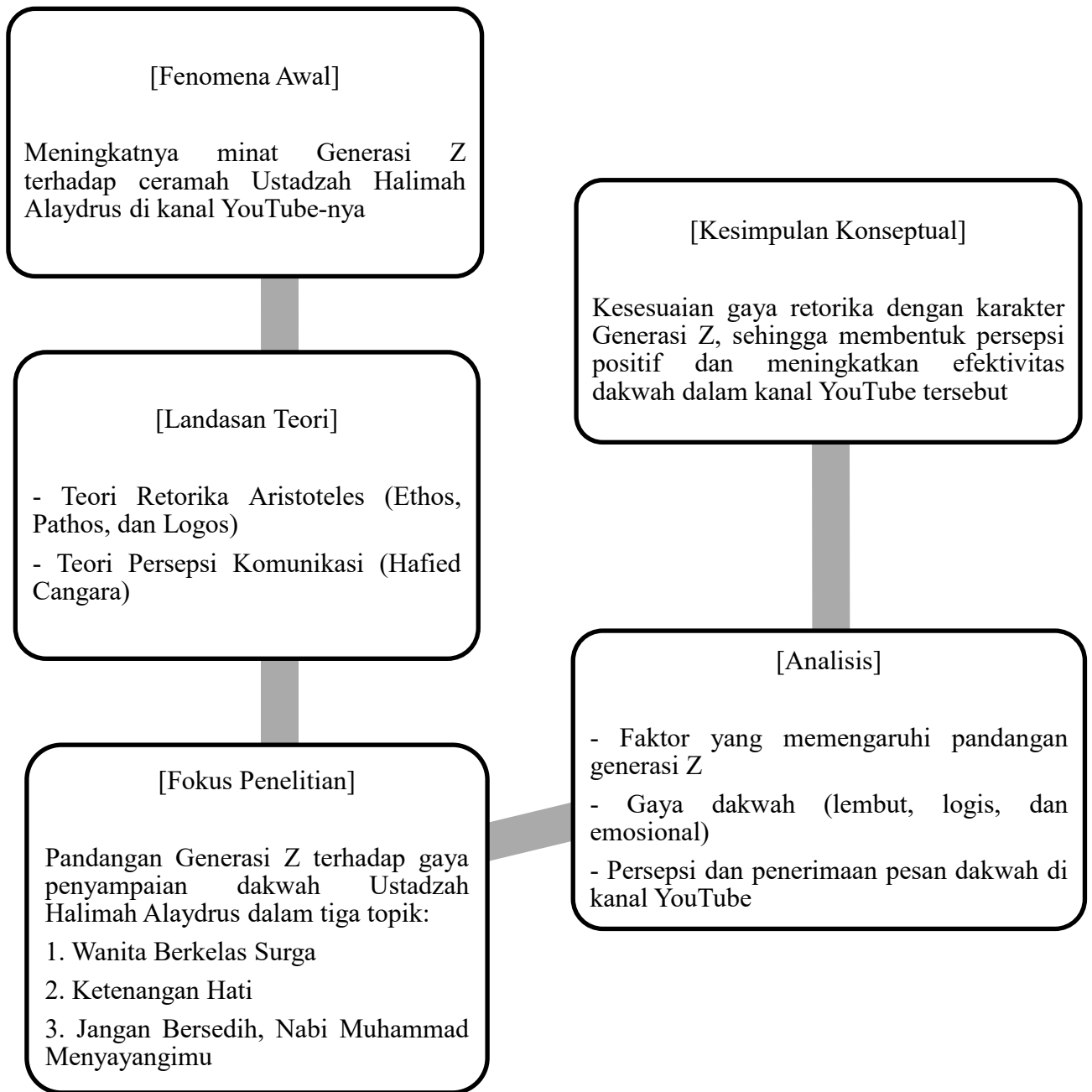
Kerangka Berpikir

Fenomena meningkatnya minat Generasi Z terhadap ceramah Ustadzah Halimah

Alaydrus di kanal YouTube menunjukkan perubahan cara anak muda memahami pesan agama. Kanal ini menjadi media bagi Ustadzah Halimah untuk menyampaikan dakwah dengan gaya lembut, logis, dan menenangkan.

Penelitian ini menganalisis pandangan Generasi Z terhadap gaya penyampaian dakwah Ustadzah Halimah, faktor yang memengaruhinya, serta dampaknya terhadap penerimaan pesan.

Teori yang digunakan meliputi retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) dan persepsi komunikasi Hafied Cangara untuk melihat hubungan antara gaya penyampaian, pemahaman audiens, dan efektivitas pesan. Analisis difokuskan pada tiga topik ceramah: "*Wanita Berkelas Surga*", "*Ketenangan Hati*", dan "*Jangan Bersedih, Nabi Muhammad Menyayangimu*".



Bagan 1.1

Penelitian Sebelumnya (Literature Review)

Kajian tentang dakwah digital semakin banyak dilakukan seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan. Para

peneliti menyoroiti bagaimana teknologi mengubah pola komunikasi, gaya penyampaian, serta cara audiens memahami dakwah di ruang digital.

Dalam jurnal *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* (2023), Noviana Aini meneliti pemanfaatan platform digital sebagai media dakwah di kalangan Generasi Z.⁴ Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda lebih tertarik pada konten keagamaan yang bersifat visual, interaktif, dan mudah dipahami. Aini menyimpulkan bahwa efektivitas dakwah digital bergantung pada kemampuan pendakwah menyesuaikan gaya penyampaian dengan karakteristik audiens yang hidup di era teknologi informasi. Hasil penelitian ini menjadi dasar penting dalam memahami perubahan perilaku religius Generasi Z di dunia digital.

Dalam jurnal *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* (2022), N. Hidayat, M. Najeri, dan F. Safitri meneliti pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah untuk mengantisipasi kerawanan sosial di kalangan Generasi Z.⁵ Penelitian ini menemukan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebaran informasi agama, tetapi juga wadah pembentukan kesadaran sosial dan moral. Para penulis menekankan pentingnya pendekatan komunikatif dan kontekstual dalam dakwah agar pesan yang disampaikan relevan dengan permasalahan kehidupan sehari-hari audiens muda.

Dalam jurnal *Jurnal Komunikasi Islam* (2022), N. Satriah menganalisis retorika dakwah Ustaz Abdul Somad di media sosial dengan menggunakan pendekatan ethos, pathos, dan logos.⁶ Penelitian ini menjelaskan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah dipengaruhi oleh kredibilitas pendakwah (ethos), kemampuan menggugah emosi audiens (pathos), serta kejelasan pesan dan logika argumen (logos). Penelitian ini memperlihatkan bagaimana retorika klasik dapat diterapkan secara efektif dalam konteks dakwah digital untuk membangun kedekatan emosional dan intelektual dengan audiens.

Dalam jurnal *Jurnal Impresi Indonesia* (2022), M. Rokibullah membahas integrasi antara retorika klasik Aristoteles dan prinsip Qur'ani dalam strategi dakwah Islam kontemporer.⁷ Ia menekankan pentingnya keseimbangan antara etika komunikasi, kekuatan logika, dan nilai spiritual dalam membangun kredibilitas pendakwah. Penelitian ini relevan karena menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang berakar pada nilai-nilai Qur'ani dapat memperkuat daya persuasif dan spiritualitas dalam dakwah modern.

Dalam jurnal *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* (2023), A. Putra dan F. Fitri

meneliti penggunaan TikTok sebagai media dakwah bagi Generasi Z.⁸ Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa gaya penyampaian yang santai, ringan, dan visual lebih mudah diterima oleh audiens muda. Penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas dakwah digital sangat bergantung pada bentuk penyajian pesan dan kedekatan gaya komunikasi dengan karakter generasi digital.

Dari berbagai penelitian tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar fokus kajian masih berpusat pada pendakwah laki-laki serta penggunaan media sosial seperti TikTok dan Instagram. Penelitian ini hadir untuk melengkapi kajian yang telah ada dengan menyoroti peran dan gaya retorika Ustadzah Halimah Alaydrus di kanal YouTube, serta bagaimana Generasi Z memaknai dan menerima pesan dakwah yang disampaikannya. Dengan menggunakan teori retorika klasik, teori persepsi komunikasi, dan teori dakwah digital, penelitian ini berupaya memberikan perspektif baru mengenai peran pendakwah perempuan dalam membangun kedekatan spiritual di ruang digital.

Landasan Teoretis (Teori)

Penelitian ini menggunakan tiga teori utama sebagai landasan analisis, yaitu teori retorika, teori persepsi komunikasi, dan teori dakwah digital. Ketiganya dipilih karena mampu menggambarkan keterkaitan antara cara penyampaian pesan, cara penerimaan pesan, serta media yang digunakan dalam proses dakwah.

1. Teori Retorika Dakwah

Konsep retorika pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles yang membaginya menjadi tiga elemen utama: ethos, pathos, dan logos.⁹ Ketiganya menjadi dasar keberhasilan komunikasi yang bersifat persuasif. Ethos mencerminkan kredibilitas dan karakter pembicara, pathos menggambarkan kekuatan emosi yang mampu menyentuh audiens, sedangkan logos berhubungan dengan kejelasan logika serta susunan pesan yang sistematis.

Dalam konteks dakwah Islam, ketiga unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Ethos – mencakup keilmuan, akhlak, dan keteladanan seorang dai yang membangun kepercayaan audiens.
- b. Pathos – mencerminkan kemampuan dai dalam menyentuh sisi emosional dan spiritual audiens melalui bahasa yang lembut dan menenangkan.
- c. Logos – berkaitan dengan kejelasan logika, argumentasi, dan relevansi pesan dengan

kehidupan sehari-hari jamaah.

Berdasarkan hasil analisis komentar di kanal YouTube Ustadzah Halimah Alaydrus dan tiga konten ceramah yang diteliti, ditemukan bahwa gaya bertutur beliau dinilai lembut, penuh ketenangan, dan menyentuh secara emosional. Audiens menilai bahwa penyampaian yang menenangkan membuat pesan lebih mudah diterima. Dengan demikian, gaya retorika Ustadzah Halimah tidak sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi juga strategi dakwah yang membangun kedekatan spiritual antara dai dan pendengarnya.

2. Teori Persepsi Komunikasi

Teori persepsi komunikasi menjelaskan bagaimana seseorang menafsirkan pesan yang diterimanya melalui proses seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap stimulus.¹⁰ Hafied Cangara menekankan bahwa setiap individu akan menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman, nilai, dan kebutuhan spiritual masing-masing.

Dalam konteks dakwah digital, persepsi audiens tidak hanya dibentuk dari isi pesan, tetapi juga dari faktor nonverbal seperti ekspresi wajah, nada suara, dan gestur dai.¹¹ Berdasarkan hasil analisis komentar di kanal YouTube, banyak penonton menyebut bahwa suara lembut dan ekspresi menenangkan Ustadzah Halimah membuat mereka merasa lebih fokus dan tenang saat menyimak ceramah. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif muncul dari keselarasan antara isi dakwah, cara penyampaian, dan kondisi psikologis audiens. Dakwah digital pun bersifat interaktif dan membangun refleksi spiritual di antara penontonnya.

3. Teori Dakwah Digital

Dakwah digital mengacu pada penyebaran pesan keagamaan melalui media berbasis internet seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Ahmad Junaedi menjelaskan bahwa karakter utama dakwah digital adalah kecepatan, interaktivitas, dan dominasi unsur visual.¹² Hal ini menuntut dai untuk beradaptasi dengan gaya komunikasi baru agar pesan dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Menurut Asep Muhyidin dan Agus Ahmad Safei, metode dakwah modern perlu menggabungkan kemampuan komunikasi dengan pemanfaatan teknologi agar pesan Islam tersampaikan secara efektif.¹³ Dalam konteks ini, Ustadzah Halimah menggunakan kanal YouTube bukan hanya untuk menyebarkan ceramah, tetapi juga menciptakan ruang interaksi spiritual yang menenangkan dan dekat dengan audiensnya.

Kehadiran Ustadzah Halimah di ranah digital membuktikan bahwa keberhasilan dakwah di

era modern tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada cara komunikasi yang humanis dan empatik. Melalui kombinasi teori retorika, persepsi komunikasi, dan dakwah digital, penelitian ini menunjukkan bagaimana pendekatan lembut dan rasional yang digunakan Ustadzah Halimah mampu membangun hubungan spiritual dengan audiens Generasi Z di ruang digital.

Temuan Penelitian (Hasil dan Pembahasan)

Berdasarkan hasil observasi terhadap kolom komentar di kanal YouTube Ustadzah Halimah Alaydrus, khususnya pada tiga video yang menjadi fokus penelitian "*Wanita Berkelas Surga*", "*Ketenangan Hati*", dan "*Jangan Bersedih, Nabi Muhammad Menyayangimu*" dapat disimpulkan bahwa mayoritas Generasi Z memberikan tanggapan yang positif dan penuh kekaguman terhadap gaya retorika dakwah yang disampaikan. Data yang dikumpulkan melalui tangkapan layar menunjukkan pola konsisten bahwa audiens merasa tenang, tersentuh secara emosional, dan menemukan relevansi spiritual antara pesan dakwah dengan pengalaman hidup mereka.

Sebagian besar komentar memperlihatkan bagaimana gaya bicara lembut dan intonasi suara Ustadzah Halimah mampu menggugah hati para pendengar. Seorang pengguna, [@athiyahkarim5780](#) menulis komentar, "*Entah mengapa mendengar suara Ustadzah Halimah yang benar-benar menjaga diri, hati saya bergetar, air mata berderai begitu saja.*" Komentar lain oleh [@lailatussaadah349](#) juga menegaskan hal serupa, "*MasyaAllah, suaranya lembut banget, setiap kata bikin adem banget di hati.*" Ungkapan-ungkapan seperti ini menunjukkan bahwa kekuatan retorika Ustadzah Halimah terletak pada aspek *pathos*, yaitu kemampuan membangkitkan emosi dan empati dalam diri audiens. Hal ini sejalan dengan pandangan Aristoteles bahwa aspek emosional (*pathos*) merupakan salah satu unsur penting dalam membangun persuasi yang efektif.¹⁴

Selain kekuatan emosional, data lapangan juga menunjukkan bahwa pesan dakwah yang dibawakan Ustadzah Halimah sangat relevan dengan kondisi psikologis generasi muda. Banyak komentar yang menyinggung bagaimana ceramah beliau membantu mereka menenangkan diri, bangkit dari kesedihan, atau memperkuat keimanan. Seperti ditulis oleh [@lilynaila7597](#), "*Lagi badmood banget sama kehidupan, dengar ini jadi ketawa kayak enteng banget hidup ini.*" Ada pula komentar dari [@milaningratie6944](#) yang menulis, "*Saya yang*

mencoba berhijrah, semoga Allah selalu bimbing saya.” Kalimat semacam ini menandakan adanya penerimaan pesan dakwah secara mendalam, bukan hanya pada tataran pengetahuan agama, tetapi juga pada ranah pengalaman emosional dan spiritual audiens.

Menariknya, beberapa komentar menunjukkan bahwa dakwah digital juga memunculkan rasa cinta dan kedekatan spiritual dengan figur dai. Pengguna [@4drxr813](#) menuliskan, *“Inilah cinta walau belum pernah berjumpa. Semoga Allah selalu menjaga beliau.”* Hal serupa juga diungkapkan oleh [@janganlupaselawat455](#) yang mengatakan, *“Ustadzah Halimah tak pernah menampakkan wajahnya tapi dakwahnya sampai banget, penuh adab dan kelembutan.”* Ungkapan semacam ini memperlihatkan bahwa relasi antara pendakwah dan audiens di ruang digital dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat meskipun tanpa interaksi tatap muka. Hal ini sejalan dengan pandangan Syaifuddin dan Abdul Muhiid bahwa keberhasilan dakwah digital ditentukan oleh kemampuan dai membangun kedekatan emosional dengan audiensnya.¹⁵

Dari aspek kredibilitas atau *ethos*, komentar-komentar yang muncul menunjukkan bahwa Ustadzah Halimah dipandang sebagai sosok yang berilmu, santun, dan penuh keteladanan. Kredibilitas moral ini menjadi landasan penting bagi penerimaan pesan dakwah di kalangan generasi muda, sebagaimana dijelaskan oleh Iim dan Satriah bahwa *ethos* dalam retorika dakwah mencakup kepercayaan, keilmuan, dan keteladanan pribadi pendakwah.¹⁶

Sementara dari segi *logos*, ceramah-ceramah Ustadzah Halimah disusun secara runtut dan mudah dipahami. Isi dakwah tidak hanya berisi ajakan moral, tetapi juga penjelasan yang logis dan kontekstual dengan kehidupan sehari-hari. Tema seperti “ketenangan hati”, “ujian hidup”, dan “keikhlasan” dipaparkan dengan bahasa sederhana dan menyentuh. Komentar yang menyatakan, *“Penjelasannya tuh sederhana tapi dalem banget. Langsung kena di hati,”* menunjukkan bahwa pesan dakwah beliau mampu menjembatani antara ajaran agama dan realitas kehidupan audiens. Teori retorika dakwah menurut Rokibullah menjelaskan bahwa kekuatan *logos* terletak pada kemampuan dai menyusun pesan yang rasional, jelas, dan relevan dengan konteks sosial audiens.¹⁷

Hasil observasi tambahan juga memperkuat bahwa sebagian besar responden mengenal Ustadzah Halimah pertama kali melalui potongan video pendek di TikTok atau YouTube Shorts. Dari sana, mereka kemudian menonton versi lengkapnya di kanal YouTube, bahkan sebagian mengaku tertarik untuk mengikuti kajian langsung. Salah satu komentar

menggambarkan hal ini dengan jelas: “Awalnya lihat potongan di TikTok, terus cari versi panjangnya di YouTube. MasyaAllah, dakwahnya adem banget.” Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai gerbang utama bagi Generasi Z untuk mengenal dakwah Islam, sebagaimana dinyatakan oleh Junaedi bahwa media digital kini menjadi ruang utama penyebaran nilai-nilai keagamaan karena sifatnya yang interaktif dan partisipatif.¹⁸

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa gaya retorika dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus yang menggabungkan *ethos*, *pathos*, dan *logos* secara seimbang berperan penting dalam membentuk persepsi positif di kalangan Generasi Z. Dakwah beliau bukan hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menghadirkan pengalaman spiritual yang menenangkan dan menyentuh. Pendekatan yang lembut dan reflektif terbukti lebih efektif dalam menarik minat audiens muda dibandingkan dengan dakwah yang bersifat normatif atau menggurui. Temuan ini sejalan dengan penelitian Noviana Aini yang menyatakan bahwa dakwah digital yang efektif bagi generasi muda adalah dakwah yang adaptif, visual, dan relevan dengan keseharian mereka.¹⁹ Demikian pula, Yassifa menegaskan pentingnya penggunaan bahasa komunikatif dan media sosial dalam memperkuat keterlibatan audiens muda.²⁰

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa Ustadzah Halimah Alaydrus merupakan contoh pendakwah perempuan yang berhasil mengadaptasi retorika klasik Aristoteles dalam konteks dakwah digital modern yang humanis, reflektif, dan kontekstual.

Refleksi (Diskusi Kritis)

Makna utama dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media digital bukan sekadar sarana penyebaran pesan keagamaan, melainkan ruang interaksi spiritual yang memungkinkan audiens, khususnya Generasi Z, untuk membangun kedekatan emosional dengan figur pendakwah. Dakwah yang disampaikan Ustadzah Halimah Alaydrus melalui YouTube memberikan bentuk baru dari pengalaman religius, di mana pendengar tidak hanya mendengarkan, tetapi juga merenungkan dan merasakan makna spiritual dari setiap kata yang diucapkan. Dalam konteks sosial, fenomena ini mencerminkan pergeseran gaya dakwah di era digital yang menuntut para dai untuk lebih adaptif terhadap kebutuhan psikologis dan cara berpikir audiens muda.

Pendekatan retorika yang digunakan Ustadzah Halimah menunjukkan bahwa

kelembutan, kesantunan, dan ketulusan dapat menjadi kekuatan utama dalam komunikasi dakwah. Gaya dakwah yang tidak menggurui, tetapi mengajak dengan kasih sayang dan refleksi, terbukti lebih efektif dalam membangun kepercayaan dan keterhubungan emosional dibandingkan dengan dakwah yang bersifat konfrontatif. Hal ini sangat relevan dengan karakter Generasi Z yang cenderung menghargai keaslian, empati, dan kehangatan dalam komunikasi. Dengan demikian, dakwah beliau tidak hanya berhasil mentransmisikan ajaran agama, tetapi juga menumbuhkan kesadaran spiritual yang damai dan menenangkan.

Secara akademik, temuan ini memperkuat teori retorika Aristoteles bahwa keseimbangan antara *ethos*, *pathos*, dan *logos* merupakan kunci keberhasilan komunikasi persuasif. Dalam konteks dakwah, keseimbangan ini menghasilkan penyampaian pesan yang logis, emosional, sekaligus mencerminkan keteladanan pembicara. Ustadzah Halimah menjadi contoh konkret penerapan retorika Islam modern yang menggabungkan kredibilitas pribadi, empati emosional, dan kekuatan argumentasi.

Implikasi dari penelitian ini bersifat praktis dan teoretis. Secara praktis, hasil ini dapat menjadi acuan bagi para pendakwah dan lembaga dakwah untuk merancang strategi komunikasi yang lebih sesuai dengan karakteristik generasi digital, yakni dengan mengutamakan pendekatan yang reflektif, lembut, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian retorika dakwah kontemporer, khususnya dalam menjelaskan bagaimana komunikasi keagamaan dapat beradaptasi di ruang digital yang semakin personal dan interaktif.

Adapun keterbatasan penelitian ini terletak pada lingkup data yang masih terbatas pada komentar daring dan audiens di wilayah perkotaan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan responden, membandingkan persepsi dari wilayah berbeda, serta meneliti pendakwah perempuan lain untuk memperkaya analisis tentang retorika dakwah digital di Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persepsi Generasi Z terhadap retorika tabligh Ustadzah Halimah Alaydrus sangat positif. Gaya dakwah beliau yang lembut, sopan, dan sarat makna dinilai mampu menembus hati audiens muda dan menumbuhkan kedekatan spiritual. Faktor-faktor utama yang memengaruhi penerimaan pesan meliputi

kredibilitas pribadi Ustadzah Halimah sebagai dai yang berilmu dan rendah hati (*ethos*), kemampuan menyentuh emosi dan menenangkan hati audiens (*pathos*), serta kejelasan dan relevansi isi dakwah dengan kehidupan sehari-hari (*logos*).

Media sosial berperan besar sebagai ruang perjumpaan awal antara generasi muda dengan dakwah Islam, sementara siaran langsung dan kajian panjang berperan dalam memperdalam pemahaman spiritual mereka. Dakwah Ustadzah Halimah terbukti tidak hanya memberikan pencerahan intelektual, tetapi juga menghadirkan ketenangan batin dan dorongan untuk memperbaiki diri.

Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah di era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga oleh kepekaan retorik dan emosional dalam menyampaikan pesan agama. Ustadzah Halimah Alaydrus menjadi figur yang mampu menggabungkan nilai-nilai spiritual dengan strategi komunikasi modern, sehingga pesan dakwahnya terasa menyentuh, menenangkan, dan relevan bagi generasi masa kini.

Rekomendasi

1. **Secara praktis**, para dai dan pendakwah dapat meneladani strategi retorika Ustadzah Halimah Alaydrus, yaitu mengedepankan kelembutan, kejujuran, dan relevansi pesan dengan realitas audiens muda. Dakwah di media digital hendaknya tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga inspiratif dan menyentuh sisi emosional pendengar.
2. **Secara teoretis**, penelitian ini memperkuat relevansi teori retorika klasik Aristoteles (*ethos, pathos, logos*) dalam konteks dakwah digital modern. Pendekatan klasik ini terbukti tetap efektif jika diadaptasi dengan karakteristik media baru dan psikologi audiens generasi muda.
3. **Untuk penelitian selanjutnya**, disarankan agar peneliti memperluas objek kajian ke pendakwah perempuan lainnya atau membandingkan gaya retorika antara pendakwah laki-laki dan perempuan di media sosial. Selain itu, pendekatan kuantitatif atau analisis wacana kritis dapat digunakan untuk melihat lebih dalam dampak retorika dakwah terhadap perubahan perilaku dan religiusitas audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Junaedi. "Dakwah Digital di Era Media Sosial." *Jurnal Komunikasi dan Dakwah* 5, no. 1 (2019): 14.
- Aini, Noviana. "Dakwah Digital dan Penerimaan Generasi Z di Era Media Sosial."

- Aini, Noviana. "Pemanfaatan Media Dakwah Platform Digital di Era Generasi Z."
- Aristoteles. *Rhetoric*. Trans. W. Rhys Roberts. New York: Modern Library, 1954. Aristoteles dalam Jalaluddin Rakhmat. *Retorika Modern: Pendekatan Praktis*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.
- Bayu, D. "Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam." *DataIndonesia.id*, 16 Februari 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam>.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies* 5, no. 2 (2023): 109–116.
- Fauzi, A. *Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018. Diakses dari <http://digilib.uinsby.ac.id/26487/>
- Hasyim. *Dakwah di Era Digital dan Tantangannya*. Makassar: UIN Alauddin, 2020.
- Hidayat, N., Najeri, M., & Safitri, F. "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah untuk Mengantisipasi Kerawanan Sosial Generasi Z." *Religion: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 3, no. 1 (2022): 45–56.
- Im, N., & Satriah, N. "Kredibilitas Dai dalam Retorika Dakwah Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 12, no. 2 (2023): 101–118.
- . Rokibullah. "Integrasi Retorika Klasik dan Prinsip Qur'ani dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer." *Jurnal Impresi Indonesia* 3, no. 2 (2022): 71–80. Muhyidin, Asep, & Safei, Agus Ahmad. *Metode Pengembangan Dakwah*.
- Putra, A., & Fitri, F. "Media Dakwah TikTok untuk Generasi Z." *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 1 (2023): 33–44.
- Salsabila Syafitri. "Public Speaking 2." *Blogspot*, 16 Februari 2019. Diakses dari <https://salsabilasyafitri16.blogspot.com/2019/02/public-speaking-2.html>.
- Satriah, N. "Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Sosial: Analisis Ethos, Pathos, dan Logos." *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 1 (2022): 23–35.
- Syaifuddin, A., & Muhid, A. "Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review." *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 20, no. 1 (2021): 25–36.
- Yassifa, A. "Bahasa Komunikatif dalam Retorika Dakwah Digital." *Jurnal Komunikasi Islam Modern* 11, no. 1 (2023): 77–92.

Sumber Data Video YouTube (Data Primer Penelitian)

1. Ustadzah Halimah Alaydrus Official Channel.

“Tips Meraih Ketenangan Hati.” YouTube Video, 16 Februari 2022. Diakses dari <https://youtu.be/0ZgTjHL92yg>

2. Ustadzah Halimah Alaydrus Official Channel.

“Jangan Sedih, Allah Bersamamu.” YouTube Video, 3 Juni 2022. Diakses dari <https://youtu.be/SyBpSeZvsrE>

3. Ustadzah Halimah Alaydrus Official Channel.

“Wanita Berkelas Surga.” YouTube Video, 10 Desember 2021. Diakses dari <https://youtu.be/GFmmtuKISoo>.