

**RETORIKA DAKWAH KH IDRUS RAMLI DI AKUN
INSTAGRAM @MUHAMMADIDRUSRAMLI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)

Oleh

Mochammad Adi Saputra
NIM 04040122102



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN
ISLAM
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Adi Saputra

NIM : 04040122102

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Retorika Dakwah KH Idrus Ramli di Akun Instagram @muhammadidrusramli adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 5 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Mochammad Adi Saputra

NIM. 04040122102

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Mochammad Adi Saputra
NIM : 04040122102
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Retorika Dakwah KH Idrus Ramli di
Akun Instagram @muhammadidrusramli

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 5 Desember 2025
Menyetujui Pembimbing,



Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I.
NIP. 196512171997031002

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Retorika Dakwah KH Idrus Ramli di Akun Instagram
@muhammadidrusramli

SKRIPSI

Disusun Oleh
Mochammad Adi Saputra
04040122102

telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 29 Desember 2025

Tim Penguji

Penguji I



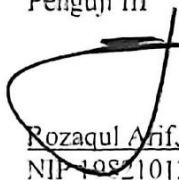
Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I.
NIP 196512171997031002

Penguji II



Dr. Luluk Fikri Zuhriyah, M. Ag
NIP 196912041997032007

Penguji III



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP 198210122015031004

Penguji IV



Dr. Fahrur Razi, M. HI
NIP 196906122006041018

Surabaya, 29 Desember 2025

Dekan,



Dr. Moch. Ghubir Arif, S.Ag, M. Fil.I.
NIP 197110171998031001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mochammad Adi Saputra
NIM : 040440122102
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : adisaputra19122002@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Retorika Dakwah KH Idrus Ramli di Akun Instagram @muhammadidrusramli

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2026

Penulis

(Mochammad Adi Saputra)

ABSTRAK

Mochammad Adi Saputra, 04040122102, 2025 Retorika Dakwah KH Idrus Ramli di Akun Instagram @muhammadidrusramli.

Penelitian ini membahas retorika dakwah KH Idrus Ramli disampaikan melalui akun Instagram @muhammadidrusramli dengan menelaah cara penyampaian pesan dakwah dari aspek *ethos*, *logos*, dan *pathos* sebagaimana dirumuskan dalam teori retorika Aristoteles. Rumusan masalah penelitian ini diarahkan untuk menjawab bagaimana bentuk kredibilitas komunikator (*ethos*), bagaimana struktur argumentasi dan rasionalitas pesan (*logos*), serta bagaimana daya sentuh emosional yang dibangun dalam dakwah digital tersebut (*pathos*). Tujuan penelitian ini adalah memahami secara mendalam pola retorika dakwah yang digunakan dalam merespons persoalan keagamaan umat di ruang digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan dokumentasi terhadap konten video dakwah serta interaksi pada kolom komentar akun Instagram tersebut. Data dianalisis dengan pendekatan retorika Aristoteles untuk mengungkap karakter pesan dan strategi komunikasi yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa KH Idrus Ramli membangun *ethos* melalui otoritas keilmuan dan rujukan kitab klasik, menguatkan *logos* dengan argumen fikih yang runtut dan berbasis dalil, serta menghadirkan *pathos* melalui bahasa yang tegas namun menenangkan sehingga mendorong dialog dua arah. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa dakwah melalui Instagram mampu menjadi ruang komunikasi dialogis yang efektif apabila retorika disusun secara kredibel, rasional, dan emosional. Penelitian ini merekomendasikan kepada para da'i, kreator, dan para peneliti selanjutnya supaya menjadi rujukan untuk pengembangan dakwah digital berbasis dialog dan argumentasi ilmiah agar mampu menjawab tantangan keagamaan masyarakat kontemporer.

Kata Kunci: retorika dakwah, Instagram, *ethos*, *logos*, *pathos*, dakwah digital

ABSTRACT

Mochammad Adi Saputra, 04040122102, 2025 KH Idrus Ramli's Preaching Rhetoric on the Instagram Account @muhammadidrusramli.

This study examines the preaching rhetoric of KH Idrus Ramli as conveyed through the Instagram account @muhammadidrusramli by analyzing the delivery of da'wah messages through the dimensions of ethos, logos, and pathos as conceptualized in Aristotelian rhetorical theory. The research questions focus on identifying how the communicator's credibility is constructed (ethos), how arguments and message rationality are organized (logos), and how emotional appeal is developed within this form of digital da'wah (pathos). The main objective of the study is to gain an in-depth understanding of the rhetorical patterns employed in addressing religious issues faced by the Muslim community in digital spaces.

This research adopts a descriptive qualitative approach, utilizing observation and documentation techniques to examine da'wah video content and audience interactions within the Instagram comment sections. The data are analyzed using the Aristotelian rhetorical framework to reveal the characteristics of the messages and the communication strategies applied. The findings indicate that KH Idrus Ramli establishes ethos through scholarly authority and references to classical Islamic texts, strengthens logos through coherent and evidence-based juridical arguments, and conveys pathos through firm yet calming language that encourages two-way dialogue. The study concludes that Instagram can function as an effective dialogical communication platform for da'wah when rhetorical elements are constructed in a credible, rational, and emotionally engaging manner. This research recommends that preachers, content creators, and future scholars consider these findings as a reference for developing dialog-based digital da'wah grounded in scholarly argumentation to address contemporary religious challenges.

Keywords: preaching rhetoric, Instagram, ethos, logos, pathos, digital da'wah

الملخص

مُحَمَّدُ أَدِي سَافُونَرَا، ٢٠٢٥، ٠٤٠٤٠١٢٢١٠٢، البلاغة الدعوية للشَّيْخِ إِدْرِيسَ رَمْلِي فِي @muhammadidrusramli حِسَابِهِ عَلَى مَنَصَّةِ إِنْسْتِغْرَامَ

تتناول هذه الدراسة البلاغة الدعوية التي يقدّمها الشيخ إدريس رملي عبر حسابه على منصة وذلك من خلال تحليل أساليب إيصال الرسائل، @muhammadidrusramli إنستغرام الدعوية بالاعتماد على عناصر الإيثوس واللوغوس والباثوس كما وردت في نظرية البلاغة عند أرسطو. وتنطلق إشكالية البحث من التساؤل حول كيفية بناء مصداقية الداعية بوصفه متواصلًا الإيثوس، وكيفية تنظيم الحجج وبناء المنطق العقلي للرسالة الدعوية اللوغوس. إضافة إلى الكيفية التي تُستثار بها الجوانب العاطفية في سياق الدعوة الرقمية الباثوس. وتهدف هذه الدراسة إلى الفهم العميق لأنماط البلاغة الدعوية المستخدمة في التفاعل مع القضايا الدينية للمجتمع في الفضاء الرقمي.

عتمدت الدراسة المنهج الوصفي النوعي، مستخدمة أسلوب الملاحظة والتوثيق في تحليل محتوى مقاطع الفيديو الدعوية والتفاعلات الحاصلة في قسم التعليقات على الحساب المذكور. وتم تحليل البيانات وفق مقاربة البلاغة الأرسطية للكشف عن خصائص الخطاب الدعوي واستراتيجيات الاتصال المعتمدة. وأظهرت النتائج أن الشيخ إدريس رملي يعزز عنصر الإيثوس من خلال مكانته العلمية والرجوع إلى المصادر التراثية، ويقوّي اللوغوس عبر عرض الحجج الفقهية بأسلوب متسلسل قائم على الأدلة، كما يبرز الباثوس من خلال لغة حازمة ومترنة في آن واحد، بما يساهم في تشجيع الحوار التفاعلي ثنائي الاتجاه. وتخلص الدراسة إلى أن الدعوة عبر إنستغرام يمكن أن تشكل مجالاً فعالاً للتواصل الحوارية متى ما بُني الخطاب الدعوي على أسس المصداقية والعقلانية والتأثير الوجداني. كما توصي الدراسة الدعاة وصنّاع المحتوى والباحثين اللاحقين بالاستفادة من هذه النتائج في تطوير نماذج الدعوة الرقمية القائمة على الحوار والحجج العلمية لمواجهة التحديات الدينية في المجتمع المعاصر.

الكلمات المفتاحية: البلاغة الدعوية، إنستغرام، الإيثوس، اللوغوس، الباثوس، الدعوة الرقمية

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
المخلص.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR TRANSLITERASI	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Konsep.....	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORITIK DAN TEORI ANALISIS ..	13
A. Kerangka Teoretik.....	13
1. Komunikasi Dakwah.....	13
2. Pesan Dakwah	16

B. Teori Analisis	19
C. Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	35
B. Subyek dan Obyek Penelitian	36
C. Sumber Data.....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	40
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	40
B. Penyajian data	44
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	48
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Rekomendasi.....	65
C. Keterbatasan Penelitian.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
BIOGRAFI PENULIS	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4 1 Akun Instagram @muhammadidrusramli	43
Gambar 4 2Kolom Komentar Akun Instagram @muhammadidrusramli.....	45
Gambar 4 3Tanggapan dari Kolom Komentar Akun Instagram @muhammadidrusramli.....	45
Gambar 4 4Tanggapan dari Kolom Komentar Akun Instagram @muhammadidrusramli beserta refrensi kitabnya	46
Gambar 4.5 Tanggapan di Kolom Komentar Akun Instagram @muhammadidrusramli.....	47
Gambar 4 6 Foto KH Idrus Ramli di Akun Instagram @muhammadidrusramli.....	52
Gambar 4 7Pembukaan isi video sekaligus refrensi kitab	56

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1Penelitian terdahulu	26
-------------------------------------	----



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Aithor. (2025, February 26). Etos, patos, logos: Inti dari daya tarik retorik. <https://aithor.com/blog/id-id/ethos-pathos-logos-the-essence-of-rhetorical-appeals>
- Amin, S. M. (2009). Ilmu dakwah (p. 88). Jakarta: Amzah.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Aziz, Moh. Ali. (2016). Ilmu dakwah. Jakarta: Kencana.
- Bagus Pamilih, Dimas. (2022). Analisis pesan dakwah dalam akun Instagram @kumpulan.ceramah.singkat [Thesis, UIN Raden Intan Lampung].
- Cantika, Yufi. (n.d.). Pengertian dakwah: Ketentuan, tujuan dan jenis-jenisnya. <https://www.gramedia.com/literasi/dakwah/>
- Dinillah, U., & Kurnia Sf, A. (2019). Media sosial Instagram sebagai media dakwah (Analisis isi pada akun @tentangislam dan @harakahislamiyah). *Kaganga Komunika: Journal of Communication Science*, 1(1), 54–67.
- Ditha Prasanti. (2018). Penggunaan media komunikasi bagi remaja perempuan dalam pencarian informasi kesehatan. *Jurnal Lontar*, 6(1), 15.
- Dwi Pangestuti, A. (2023). Penerapan komunikasi dakwah dalam mata pelajaran Pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 26 Bandar Lampung [UIN Raden Intan Lampung].
- E-learning Universitas Bina Sarana Informatika. (2019). Psikologi komunikasi (p. 10).
- Fatah, S. A. A. A., Abdurrazaq, M. N., & Bakhrudin, E. (2024). Analisis metode dakwah kontemporer di akun Instagram @husein_hadar. *Journal of Islamic Studies*, 2(1), 63–70.
- Farida Nugrahani. (2014). Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa. Surakarta.

- Fuhaid, A., Yono, & Angelina, P. R. (2024). Analisis konten dakwah visual pada akun Instagram @safari_dakwah. *Jurnal Komunikasi*, 2(9), 793–817.
- Hasan, M. (2013). Metodologi dan pengembangan ilmu dakwah (p. 58). Surabaya: Pena Salsabila.
- Ibad, M. N. (2020). Pesan dakwah Islam analisis semiotika (Studi kasus Instagram @mahakaryaanakbangsa). *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 3(2), 158–175.
- Imrafit, A. A., & Burhanuddin, N. (2023). Analisis isi pesan dakwah pada media sosial akun Instagram Rumayshocom. *Koloni*, 2(1), 53–64.
- Instagram. (n.d.). Retrieved November 19, 2025, from <https://www.instagram.com/reel/DMJnGmLzWYv/>
- Kelana, I. (2024, May 2). Dakwah dialogis dalam hadits nabi. *MileniaNews*. <https://milenianews.com/mata-akademisi/dakwah-dialogis-dalam-hadits-nabi/>
- Kertanegara, P. (2023). Pengaruh metode penyampaian pesan dakwah akun Instagram @iqomic terhadap religiusitas followers [Thesis, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
- Kompas Cyber Media. (2022, February 9). Teori retorika Aristoteles: Pengertian dan asumsi retorika. *Kompas.com*.
- Kompas Cyber Media. (2022, February 11). Ethos, logos, dan pathos dalam teori retorika Aristoteles. *Kompas.com*.
- Kompasiana. (2025, May 25). Dakwah dialogis, alternatif problematika dakwah. <https://www.kompasiana.com/suci47978/68329452c925c46fcd061ec3>
- Lexy J. Maleong. (n.d.). Metode penelitian kualitatif (p. 248).
- Lexy J. Moleong. (2017). Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Lucas, R. E. (n.d.). Personality and the pursuit of happiness (p. 456).
- Maemona, R., & Pratiwi, M. R. (2020). Teknik asosiasi: Strategi pesan dakwah di Instagram. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(2), 254–268.

- Masturina Khoirun Nisa. (2020). Instagram sebagai media dakwah: Analisis semiotika isi pesan dakwah pada akun @HarakahIslamiyah. *Journal Information*, 2(30), 1–24.
- Media Instagram. (n.d.). <https://www.instagram.com/muhammadidrusramli>
- Mokoginta, G., Mokodongan, H., & Haidari, K. (2023). Metode dakwah guru PAI di SMK LPMD Adow. *Aksara Kawanua*, 2(1), 24–33.
- Nurmila. (2023). Instagram sebagai media dakwah (Respon followers pada akun @angger_sy dan @basyasman) [Thesis, IAIN Parepare].
- Pengertian dakwah: Arti kata, istilah, dan ruang lingkup. (2015, July 4). *Risalah Islam*.
- Prasdina, V. M. (2022). Analisis konten dakwah pada akun media sosial Instagram @hanan_attaki [Thesis, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri].
- Praktis, K. (2020, April 19). Pengertian komunikasi. <https://komunikasipraktis.com>
- Putri, T. S., & Puspitasari, Y. (2024). Analisis pesan dakwah pada konten Instagram @okisetianadewiofficial. *Tabayyun*, 5(1).
- Rahayu, E. (2020). Dakwah visual dan interaksi pengguna. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, 8(1), 101–118.
- Rapp, C. (2023). Aristotle's rhetoric. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*.
- Saputra, M. A. (2025). Pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah dialogis. *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner*, 9(10).
- Sunnah.com. (n.d.). Sahih Muslim: Sayings and teachings of Prophet Muhammad (ﷺ). Retrieved October 14, 2025, from <https://sunnah.com/muslim>
- Surat An-Nahl ayat 125. (n.d.). <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>
- Syukur, A. (1983). *Dasar-dasar strategi dakwah Islam* (p. 163). Surabaya: Al-Ikhlâs.
- Tania, G. (2019). Analisis isi pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki di media sosial Instagram [Thesis, UIN Raden Intan Lampung].
- Wahyuni, L. S. (2019). Pesan-pesan dakwah akun Instagram @sahabat_islami. *Jurnal Peurawi*, 2(2), 56–72.

Wasid, W., Rohman, A., Rohman, H., Sattar, A., & Santoso, A. (2020). Akhlak jalan sukses menggapai ridha Ilahi.

Whaley, N. (n.d.). Aristotle's rhetorical appeals. <https://pressbooks.pub/openrhetoric>



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A