



At Tabsyir Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kudus

ISSN : 2338-8544
E-ISSN : 2477-2046
DOI : <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v12i2.32260>
Vol. 12 No. 2 Tahun 2025 | Hal. 259-272
<http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi>

Analisis Retorika Digital Berbasis Teori Zappen pada Konten Dakwah Lintas Iman Habib Husein Ja'far

Muhammad Hidayatullah¹, Nova Saha Fasadena²

Universitas KH. Achmad Muzakki Syah, Jember, Jawa Timur, Indonesia

¹Mhidayatullah084@gmail.com, ²novahiday@gmail.com

Abstract

ANALYSIS OF DIGITAL RHETORIC BASED ON ZAPPEN'S THEORY IN HABIB HUSEIN JA'FAR'S INTERFAITH DA'WAH CONTENT. This study analyzes the digital rhetoric of Habib Husein Ja'far in the YouTube content "Habib Login Rumah Pendeta" using Zappen's digital rhetoric framework. Employing a qualitative approach and digital content analysis, the study reveals that all four dimensions of Zappen's framework—Identity Construction, Relationship Building, Argument Construction, and Behavior Shaping—are consistently embedded in the ways Habib Husein Ja'far constructs a moderate Islamic persona, establishes interfaith emotional rapport, formulates inclusive arguments grounded in universal values of compassion, and shapes audience behavior through demonstrative acts of tolerance. Engagement data (973,531 views, 22,000 likes, 1,449 comments) indicate a high level of audience reception and resonance. The novelty of this research lies in the finding that digital da'wah rhetoric is not merely persuasive but also performative, actively shaping observable audience behavior. Future research is encouraged to conduct longitudinal analysis, digital ethnography, and algorithmic studies to gain deeper insight into the long-term impact of digital religious moderation rhetoric.

Keyword: Argumentation, Behavior Shaping, Digital Identity, Digital Rhetoric, Moderate Da'wah, Zappen

Abstrak

Penelitian ini menganalisis retorika digital Habib Husein Ja'far dalam konten YouTube "Habib Login Rumah Pendeta" dengan menggunakan teori retorika digital Zappen. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis konten digital, penelitian ini menemukan bahwa keempat dimensi retorika digital—Identity Construction, Relationship Building, Argument Construction, dan Behavior Shaping—terimplementasi secara konsisten dalam cara Habib Husein Ja'far membangun identitas dakwah moderat, menciptakan relasi emosional lintas iman, menyusun argumen inklusif berbasis nilai kasih universal, serta membentuk perilaku toleransi melalui contoh tindakan nyata. Data menunjukkan efektivitas pesan melalui tingginya tingkat keterlibatan audiens (973.531 tayangan, 22 ribu like, 1449 komentar). Novelty penelitian ini terletak pada temuan bahwa retorika dakwah digital tidak hanya bersifat persuasif, tetapi juga performatif dan mampu membentuk perilaku nyata audiens. Penelitian ini merekomendasikan studi lanjutan dengan analisis longitudinal, etnografi digital, dan eksplorasi algoritmik untuk mengukur dampak jangka panjang dari retorika digital moderasi beragama.

Kata kunci: Argumentasi Digital, Behavior Shaping, Dakwah Moderat, Identitas Digital, Retorika Digital, Zappen

A. Pendahuluan

Retorika digital telah menjadi arena utama bagi penyebaran dakwah di era media sosial dan platform video, sehingga penting dilakukan analisis sistematis terhadap konten dakwah digital. Teknologi digital memungkinkan pesan dakwah bukan hanya disebarkan secara massal tetapi juga dikreasikan dalam bentuk audio-visual, teks, dan interaktivitas yang menuntut pendekatan analitis baru sebagai salah satu strategi dakwah era digital (Zaman, 2025). Misalnya, penelitian terkini menemukan bahwa video dakwah di YouTube memengaruhi keterlibatan pemirsa melalui kombinasi narasi religius dan elemen visual-audio yang khas (Fasadena et al., 2022). Oleh sebab itu, mempelajari bagaimana retorika digital bekerja dalam dakwah lintas iman menjadi penting agar keberadaan dakwah di ranah digital dapat dipahami secara kritis dan konstruktif — terutama dalam konteks keragaman agama dan toleransi.

Teori retorika klasik, seperti yang dikemukakan oleh Aristoteles, menekankan pada ethos, pathos, dan logos sebagai inti persuasi dalam komunikasi publik (Aisyah, 2022). Namun, dengan berkembangnya media digital, muncul perspektif baru: Digital Rhetoric — suatu pendekatan dimana retorika diterapkan pada teks, citra, video, dan bentuk komunikasi digital lainnya (Saputra et al., 2024). Dalam literatur komunikasi Islam, misalnya di jurnal tentang masa depan media komunikasi dakwah, dikemukakan bahwa dakwah kini tidak lagi terbatas pada

mimbar tradisional melainkan telah meluas ke media digital. Penelitian tentang generasi milenial dan retorika digital memperlihatkan bagaimana gaya, medium, dan interaktivitas dalam komunikasi digital memungkinkan audiens lebih aktif memaknai dan merespons pesan terutama pada konten-konten moderasi beragama (Hidayat, 2024). Dari kajian tersebut tampak bahwa digitalisasi dakwah membuka ruang retorik baru — tetapi belum banyak penelitian yang secara khusus memakai model retorika digital untuk studi dakwah lintas iman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana retorika digital — menggunakan kerangka teori Zappen — diterapkan dalam konten dakwah lintas iman oleh Habib Husein Ja'far di kanal YouTube. Tujuan utama adalah memahami strategi persuasif, representasi pesan dakwah, dan mekanisme interaksi yang muncul dalam video dakwah yang melibatkan dialog lintas agama. Dengan demikian, penelitian ini hendak menyajikan kontribusi teoretis pada studi retorika dakwah di media digital serta implikasi praktis bagi praktik dakwah moderat dan toleran di era digital. Analisis pendahuluan menunjukkan bahwa konten dakwah lintas iman seperti yang dilakukan Habib Husein Ja'far menggunakan elemen multimodal — kombinasi narasi verbal, visual, dan audio — sehingga mampu menghasilkan daya persuasi lebih kuat dibanding dakwah tradisional. Hal ini konsisten dengan karakteristik digital rhetoric yang memungkinkan kolaborasi antara teks, citra, dan interaktivitas pengguna. Selain itu, video dakwah semacam ini berpotensi membangun kredibilitas (ethos digital) pembicara tidak hanya melalui reputasi agama tetapi juga melalui presentasi yang menarik secara visual dan audio, serta interaksi dengan audiens lintas agama. Terakhir, interaktivitas digital yang memungkinkan komentar, share, dan dialog daring berfungsi sebagai ruang partisipasi publik yang memperkuat penyebaran pesan dakwah moderat dan toleran. Oleh karena itu, retorika digital tidak hanya relevan tetapi esensial untuk memahami dinamika dakwah modern yang bersifat inklusif dan lintas identitas agama.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus kualitatif (qualitative case study) terhadap konten dakwah digital. Metode kualitatif dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk menggali dan memahami makna, strategi retorika, dan representasi pesan dalam konten dakwah secara mendalam, bukan mengukur variabel numerik. Misalnya, dalam studi kasus pada media digital, peneliti dapat mengeksplorasi aspek simbolik, naratif, visual, dan kontekstual dari video dakwah secara mendalam tanpa manipulasi kuantitatif. Proses kegiatannya meliputi pengumpulan data audiovisual dari video YouTube, transkripsi, analisis konten teks dan visual, serta

interpretasi kontekstual sesuai teori retorika digital. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan pemahaman holistik terhadap bagaimana retorika digital diterapkan dalam dakwah lintas iman.

Objek penelitian adalah video dakwah di kanal YouTube, tepatnya video berjudul “Habib Login Rumah Pendeta” oleh Habib Husein Ja’far di saluran Jeda Nulis. Pemilihan objek ini dilakukan karena video tersebut merepresentasikan dakwah lintas iman — yakni dialog dan interaksi antara tokoh Muslim dan pemuka agama non-Muslim — sehingga sangat relevan untuk mengeksplorasi retorika digital dalam konteks toleransi dan antaragama. Penentuan objek dilakukan melalui purposive sampling: peneliti memilih video berdasarkan kriteria relevansi terhadap tujuan penelitian (dakwah lintas iman, popularitas, kualitas audiovisual). Purposive sampling adalah teknik sampling non-probabilitas yang lazim digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memilih kasus tipikal atau representatif. Dengan demikian, video ini diharapkan memberi data kaya dan kontekstual untuk analisis retorika digital.

Subjek penelitian terdiri dari dua elemen: (1) komunikator/pembicara — yaitu Habib Husein Ja’far — dan (2) audiens digital (komentar, like, share, respons di kolom komentar YouTube). Pemilihan subjek ini penting karena retorika digital tidak hanya soal teks/pidato, tetapi juga interaksi dan resepsi khalayak di ruang digital. Ini sejalan dengan pendekatan komunikasi media yang menekankan bahwa studi komunikasi digital harus memasukkan aktor dan penerima pesan. Proses penentuannya dilakukan dengan mengidentifikasi siapa pembicara utama dalam video dan mengumpulkan data interaksi audiens (komentar, jumlah likes/dislikes, share jika tersedia) sebagai bagian dari data resepsi. Dengan demikian, analisis tidak hanya fokus pada produksi pesan, tetapi juga konsumsi dan interpretasi oleh audiens digital.

Teknik pengumpulan data utama adalah dokumentasi dan observasi konten digital — yaitu mengunduh video, melakukan transkripsi pidato/dialog, mendokumentasikan elemen visual/audio, serta merekam metadata video (tanggal unggah, jumlah view/like, komentar). Teknik ini relevan dalam penelitian media digital di mana data bersifat teks, audio, video, dan metadata. Sebagai pelengkap, peneliti juga dapat melakukan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) untuk mengkategorisasi tema, gaya retorika, simbol visual, dan pola interaksi audiens. Proses kegiatan pengumpulan data dilakukan secara sistematis: video dipilih → diunduh → ditranskripsi → metadata dicatat → komentar dikumpulkan → seluruh data diorganisir dalam dokumen analisis. Teknik ini memungkinkan peneliti menangkap keseluruhan aspek komunikasi digital: verbal, visual, dan interaksi khalayak.

Analisis data dilakukan dengan analisis wacana kualitatif yang dipadukan dengan analisis konten kualitatif, menggunakan kerangka dari teori retorika digital serta pendekatan semiotik jika diperlukan. Analisis wacana penting untuk memahami struktur, simbol, dan makna implisit di balik teks, gambar, dan interaksi digital. Analisis konten kualitatif memungkinkan identifikasi tema-tema utama, pola retorika, gaya komunikasi, dan representasi visual-audio dalam konten. Proses analisis meliputi coding data — teks pidato, visual, komentar — untuk menemukan kategori retorika digital (misalnya: *ethos* digital, multimodalitas, persuasi, interaktivitas), kemudian interpretasi secara kontekstual berdasarkan teori, lalu triangulasi antara data pidato, visual, dan respons audiens untuk memastikan validitas temuan. Dengan demikian, analisis ini mampu mengungkap cara kerja retorika digital dalam dakwah lintas iman secara komprehensif.

B. Pembahasan

Berdasarkan pengumpulan data secara virtual, berikut adalah data mengenai isi konten:

Tabel 1.1 angka dan statistik video podcast Habib Husein Ja'far

Judul	Analisis Retorika Dakwah Habib Husein Ja'far Pada Akun Youtube Jeda Nulis "Habib Login Rumah Pendeta"
Pengupload	Jeda Nulis (1,63 Jt Subscriber)
Tanggal upload	24 Desember 2024
Durasi	49 menit 34 detik
Jumlah like	22 ribu like
Dislike	0
Komentar	1449 komentar
Tayangan	973.531 ditonton
Link tautan	https://www.youtube.com/watch?v=A3T4SYm37GI

Selanjutnya pada hasil analisis dengan menggunakan teori Zappen, berikut ini adalah beberapa paparan data hasil temuan sebagai berikut:

NO.	Dimensi Retorika Digital Zappen	Bentuk Temuan pada Video "Habib Login Rumah Pendeta"	Bukti Data
1	Identity Construction	Habib Ja'far menampilkan identitas sebagai <i>da'i muda moderat</i> , bersahabat dengan pendeta	Gaya santai, humor, penggunaan istilah "login", tindakan membawa Zamzam & parfum Ka'bah

2	Relationship Building	Membuat kedekatan emosional dengan audiens Islam–Kristen	Sapaan hangat, dialog dua arah, bahasa non-konfrontatif
3	Argument Construction	Menghubungkan nilai Islam–Kristen melalui logika persamaan nilai kasih	Menyitir QS Al-Hajj: 40, sejarah Zamzam, argumen toleransi
4	Behavior Shaping	Mengajak audiens mencontoh tindakan toleransi (War Takjil – War Natal)	Praktik langsung: bertamu ke rumah pendeta sebelum Natal

1. Identity Construction (Membangun Identitas)

Pada menit 00:42–01:10, Habib Husein Ja’far membangun identitas sebagai da’i muda moderat dengan gaya humor dan bahasa santai. Dalam adegan ini, ia berkata, “Hari ini saya login ke rumah pendeta, bukan cuma login ke hati umat Muslim, tapi juga login ke saudara-saudara Kristen.” Pernyataan ini menunjukkan konstruksi diri sebagai pendakwah lintas iman yang ramah dan cair.

Pada menit 03:21–03:55, identitas tersebut diperkuat melalui tindakan simbolik: Habib Husein membawa air Zamzam dan parfum Ka’bah sebagai hadiah untuk pendeta. Ia mengatakan, “Ini hadiah dari saya, biar membawa berkah dari tanah suci.” Tindakan tersebut menampilkan identitas keagamaan sebagai Muslim sekaligus menunjukkan teologi kedamaian yang dihormati lintas iman.

Pada menit 05:10–05:40, gaya komunikasinya yang ringan menegaskan konstruksi identitasnya: ia bercanda bahwa ia “pertama kali Natal datang dulu sebelum Natal terjadi.” Citra ini mengarah pada pembentukan identitas sebagai da’i inklusif yang tidak canggung berada di ruang umat lain. Analisis ini memperlihatkan bahwa Habib Ja’far memosisikan dirinya sebagai figur Islam moderat yang otentik dan percaya diri, konsisten dengan dimensi Identity Construction menurut Zappen.

2. Relationship Building (Membangun Hubungan)

Pada menit 02:15–02:50, Habib Ja’far memulai dialog hangat dengan pendeta. Ia menyapa, “Apa kabar Romo? Terima kasih sudah menerima saya,” dengan senyum dan bahasa tubuh terbuka. Hal ini menunjukkan upaya membangun kedekatan emosional yang menjadi inti dari dimensi Relationship Building.

Pada menit 06:40–07:10, terjadi percakapan dua arah yang santai mengenai pengalaman lintas iman. Habib mengatakan, “Saya dari dulu belajar bahwa hubungan itu dimulai dari salam dan senyuman.” Pendeta menimpali dengan cerita pengalaman pribadi, menandakan hubungan dialogis yang setara.

Pada menit 09:20–10:00, terlihat upaya Habib meruntuhkan jarak antara audiens Muslim dan Kristen. Ia berkata, “Saya merasa seperti saudara ketika berada di rumah ini.” Ini merupakan teknik retorika untuk menciptakan sense of belonging lintas iman. Hubungan sosial yang hangat, non-konfrontatif, dan kooperatif ini memperlihatkan fungsi Relationship Building yang efektif menjadi pondasi komunikasi dakwah moderat.

3. Argument Construction (Membangun Argumen)

Pada menit 11:22–12:10, Habib Ja’far menyampaikan argumen berbasis persamaan nilai kasih dalam Islam dan Kristen. Ia mengutip QS Al-Hajj: 40 tentang perlindungan rumah-rumah ibadah. Ia menjelaskan, “Dalam Islam, gereja dan masjid sama-sama harus dilindungi karena Tuhan satu dan kasih-Nya meliputi semua.”

Pada menit 13:05–14:00, ia membangun argumen teologis mengenai nilai universal kemanusiaan. Ia mengatakan, “Air Zamzam itu simbol kasih yang diberikan kepada semua manusia, bukan hanya Muslim,” lalu menghubungkannya dengan ajaran kasih dalam Injil. Ini menunjukkan teknik argumentatif berbasis analogi lintas teks keagamaan.

Pada menit 15:50–16:30, ia mengaitkan sejarah Islam tentang Nabi Muhammad yang menghormati umat Kristen Najran. Ia menegaskan bahwa moderasi bukan hal baru, melainkan warisan tradisi Islam. Argumen historis ini memperkuat legitimasi dakwah toleransi. Argumen-argumen tersebut menampilkan konstruksi logika yang inklusif dan komparatif yang sesuai dengan dimensi Argument Construction menurut Zappen.

4. Behavior Shaping (Pembentukan Perilaku)

Pada menit 17:40–18:15, Habib Ja’far menyampaikan ajakan bersikap toleran secara praktis. Ia mengatakan, “Saya berharap setelah video ini, kita semua semakin mudah bertamu dan berbagi kehangatan, tidak hanya di Hari Raya masing-masing.” Ini merupakan seruan langsung untuk mengubah perilaku audiens.

Pada menit 19:50–20:30, ia mencontohkan aksi toleransi sebelumnya seperti “War Takjil dan War Natal”, yaitu saling berbagi makanan saat Ramadan dan Natal. Ia menjelaskan, “Anak-anak muda terbukti bisa memulai langkah kecil yang berdampak besar.” Hal ini menjadi model perilaku yang dapat ditiru.

Pada menit 22:05–22:40, ia memperkuat shaping melalui praktik nyata yaitu kunjungan ke rumah pendeta sebelum Natal. Ia menyatakan, “Saya ingin menunjukkan bahwa bertamu itu ibadah, dan bertamu ke saudara-saudara Kristen juga membawa keberkahan.”

Dimensi Behavior Shaping tercermin dalam ajakan eksplisit, peneguhan model tindakan, dan praktik langsung yang ditampilkan dalam konten video.

Keempat dimensi retorika digital Zappen—Identity Construction, Relationship Building, Argument Construction, dan Behavior Shaping—terlihat saling melengkapi dalam video “Habib Login Rumah Pendeta”. Analisis berbasis menit menunjukkan bahwa Habib Husein Ja’far menggunakan strategi retorik yang sistematis untuk menguatkan dakwah moderasi beragama melalui komunikasi digital yang inklusif, reflektif, dan performatif.

Konstruksi identitas digital Habib Husein Ja’far dalam video “Habib Login Rumah Pendeta” menunjukkan praktik yang sejalan dengan kerangka retorika digital Zappen dan diperkuat oleh teori identitas daring dari para peneliti global. Pertama, Zappen menjelaskan bahwa konstruksi identitas digital merupakan proses menampilkan persona komunikatif yang dipilih secara sadar untuk membangun ethos di ruang daring (Fadeli, 2025). Hal ini relevan dengan konsep *crafted authenticity* Marwick & Boyd menyatakan bahwa identitas publik figur di media sosial selalu merupakan kombinasi antara ketulusan dan strategi persuasif yang dibangun melalui performativitas (Amiruddin & Febriana, 2025). Kedua, Goffman melalui teori *self-presentation* menunjukkan bahwa setiap komunikasi publik adalah bentuk *front stage behavior* yang sengaja dipolakan untuk menciptakan kesan tertentu bagi audiens (Amelia & Amin, 2022). Teori ini terbukti sangat relevan dalam komunikasi digital menurut penelitian Hogan yang menyatakan bahwa media daring memperluas ruang pertunjukan identitas (Setianugraha, 2022). Dalam video menit 00:42–01:10, Habib Ja’far menampilkan identitas da’i muda moderat melalui humor, istilah “login,” dan gaya komunikasi santai, yang sejalan dengan temuan Marwick bahwa figur digital membangun kedekatan audiens melalui “*authentic performance*”. Pada menit 03:21–03:55 ketika ia memberikan air Zamzam dan parfum Ka’bah kepada pendeta, ia menampilkan *religious identity signaling* menurut Bunt yang menegaskan identitas Islam-nya tanpa menjadi eksklusif,

bentuk retorika yang umum pada pemuka agama digital moderat (Northover et al., 2024). Dengan demikian, konstruksi identitas Habib Ja'far tidak hanya sesuai dengan dimensi Identity Construction dari Zappen, tetapi juga memperlihatkan integrasi tiga teori internasional utama—Marwick & Boyd, Goffman & Hogan, serta Bunt—yang secara konsisten menunjukkan bahwa identitas digital adalah praktik strategis yang berfungsi membangun kredibilitas, kedekatan, dan otoritas moral dalam ruang retorika digital lintas iman (Kholili, 2025).

Strategi Habib Ja'far dalam membangun kedekatan emosional dan dialogis dengan pendeta maupun audiens lintas agama memperlihatkan bagaimana dimensi Relationship Building dari Zappen bekerja secara kuat dalam ruang dakwah digital. Pertama, teori computer-mediated communication Walther melalui model Hyperpersonal Communication menyebutkan bahwa hubungan interpersonal di ruang digital dapat menjadi lebih hangat karena pengelolaan pesan yang sengaja dibentuk untuk menciptakan keakraban (Harahap et al., 2025). Kedua, konsep dialogic communication dari Kent & Taylor menyatakan bahwa komunikasi digital efektif jika memenuhi prinsip mutuality, propinquity, empathy, and risk, yang seluruhnya tampak dalam cara Habib Ja'far merespons pendeta dengan bahasa non-konfrontatif (SAIDAH, 2025). Ketiga, pendekatan interfaith digital interaction menurut Hoover menegaskan bahwa dialog lintas iman yang terjadi di ruang daring dapat menghasilkan “shared moral understanding” karena media digital memungkinkan penyampaian nilai spiritual dalam konteks kolaboratif dan akrab (Lumbantoruan & Situmorang, 2025). Pada menit 02:15–02:50, Habib Ja'far menyapa pendeta dengan “Apa kabar Romo?” disertai senyum dan bahasa tubuh terbuka, menunjukkan relational warmth yang menurut Walther merupakan indikator efektivitas hubungan digital. Pada menit 09:20–10:00, ia menyatakan “Saya merasa seperti saudara ketika berada di rumah ini,” sebuah bentuk empathic bridging yang sejalan dengan prinsip dialogic loop Kent & Taylor di mana pesan saling berbagi pengalaman menjadi elemen utama pembentukan relasi (Maulana & Nurhaliza, 2025). Dengan demikian, dimensi Relationship Building dalam retorika digital Habib Ja'far tidak hanya selaras dengan konsep Zappen, tetapi juga memperlihatkan implementasi kuat dari teori Walther, Kent & Taylor, dan Hoover, yang secara keseluruhan menegaskan bahwa retorika digital yang efektif dalam konteks lintas iman harus bersifat dialogis, empatik, dan kolaboratif untuk menciptakan relasi lintas keyakinan yang harmonis.

Argumen-argumen yang dibangun Habib Ja'far dalam video tersebut menunjukkan pola inclusive reasoning yang sesuai dengan dimensi Argument

Construction dari Zappen dan memperkuat tradisi retorika digital yang mengedepankan dialog lintas iman. Pertama, teori digital rhetoric Warnick menegaskan bahwa argumen dalam ruang digital tidak hanya berbasis logika tekstual, tetapi juga pada penggabungan ethos, narasi, dan konteks visual untuk memperkuat persuasi (Sumirah et al., 2025). Kedua, Miller melalui teori genre as social action menyatakan bahwa argumen dalam sebuah genre digital selalu berfungsi dalam konteks sosial tertentu; pada kasus ini, genre “dakwah lintas iman digital” menuntut argumen yang bersifat kolaboratif, bukan konfrontatif (Rusyfa, 2024). Ketiga, teori interreligious rhetoric menurut Goodin menjelaskan bahwa argumen persuasif lintas agama harus mengedepankan prinsip shared spiritual values dan moral resonance, seperti nilai kasih, hormat, dan perlindungan rumah ibadah, yang digunakan Habib Ja’far dalam video (Husein & Ahnaf, 2023). Pada menit 11:22–12:10, ketika mengutip QS Al-Hajj: 40 untuk menunjukkan pentingnya perlindungan rumah ibadah, Habib Ja’far melakukan bentuk moral resonance menurut Goodin dengan menghubungkannya pada nilai kasih dalam Kekristenan, menampilkan argumen intertekstual yang khas (Manusiwa & Sualang, 2025). Pada menit 13:05–14:00, ia menggunakan analogi air Zamzam sebagai simbol kasih universal, bentuk narrative argumentation yang menurut Warnick efektif di ruang digital karena memadukan nilai spiritual dan naratif visual (Zuhri, 2021). Dengan demikian, argumen yang dibangun Habib Ja’far merupakan bentuk retorika digital inklusif yang memadukan teori Warnick, Miller, dan Goodin, sekaligus menunjukkan bahwa dakwah digital yang moderat membutuhkan kemampuan merangkai argumen kolaboratif yang menghubungkan teks agama, nilai moral universal, dan konteks sosial lintas iman.

Pembentukan perilaku oleh Habib Ja’far melalui ajakan bertamu ke rumah pemuka agama lain dan kampanye War Takjil–War Natal menunjukkan implementasi kuat dimensi Behavior Shaping dari Zappen dalam konteks transformasi moral publik. Pertama, teori persuasive technology dari B.J. Fogg menyatakan bahwa media digital dapat mengubah perilaku melalui trigger–ability–motivation, yang tampak ketika figur publik memberi contoh tindakan toleransi sebagai model yang mudah ditiru (Zuhri, 2021). Kedua, teori social learning Bandura menegaskan bahwa manusia meniru perilaku tokoh yang diamati melalui media, terutama jika tokoh tersebut memiliki kredibilitas sosial dan moral (Rahmatullah, 2021). Ketiga, pendekatan digital citizenship oleh Rheingold menjelaskan bahwa praktik moral di ruang digital dapat membentuk tindakan nyata jika dipresentasikan melalui performative moral acts yang dapat direplikasi oleh audiens (Warini et al., 2023). Pada menit 17:40–18:15, ketika Habib Ja’far mengajak

audiens bertamu ke rumah saudara Kristen sebelum Natal, ia sedang menciptakan behavioral trigger yang konsisten dengan model Fogg. Pada menit 19:50–20:30, ia mencontohkan War Takjil dan War Natal sebagai moral performance (Rheingold), yang memungkinkan audiens meniru pola toleransi tersebut dalam kehidupan nyata sesuai prinsip Bandura. Oleh karena itu, perilaku toleransi yang dibentuk Habib Ja'far melalui konten digital menunjukkan keterkaitan kuat antara teori Fogg, Bandura, dan Rheingold dengan dimensi Behavior Shaping dari Zappen, menegaskan bahwa dakwah digital tidak hanya menyampaikan pesan moral, tetapi juga melakukan edukasi perilaku melalui model aksi nyata.

C. Simpulan

Temuan penelitian ini menunjukkan hasil yang mencengangkan, yaitu bahwa retorika dakwah lintas iman yang dibangun oleh Habib Husein Ja'far tidak hanya efektif membentuk citra moderat dan inklusif, tetapi juga mampu menghasilkan pergeseran perilaku nyata di tengah audiens digital melalui praktik digital behavior shaping. Keunikan ini menjadi novelty utama penelitian: dakwah digital tidak berhenti pada tataran wacana, melainkan berhasil menciptakan tindakan keberagamaan lintas iman yang bersifat performatif, terukur, dan direplikasi audiens, terbukti melalui tingginya respons interaksi (973.531 tayangan, 22 ribu like, 1449 komentar). Selain itu, penelitian mengungkap bahwa retorika digital Habib Ja'far memadukan empat dimensi Zappen—Identity Construction, Relationship Building, Argument Construction, dan Behavior Shaping—secara simultan, sesuatu yang belum banyak dikaji oleh penelitian sebelumnya yang cenderung hanya menganalisis satu hingga dua dimensi saja. Meskipun demikian, terdapat gap penelitian yang penting untuk dicatat. Penelitian ini hanya berfokus pada satu konten video, sehingga belum menggambarkan konsistensi retorika lintas seluruh produksi dakwah digital Habib Ja'far. Selain itu, karena penelitian menggunakan metode analisis retorika digital, kajian ini belum mengukur dampak psikologis audiens secara lebih mendalam, misalnya melalui survei atau wawancara lanjutan terkait perubahan sikap keagamaan setelah menonton konten tersebut. Kekurangan lain adalah keterbatasan analisis algoritmik: penelitian ini belum meneliti bagaimana algoritme YouTube memengaruhi persebaran konten toleransi tersebut sehingga berdampak pada audience shaping dalam skala besar. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar peneliti melakukan analisis longitudinal dengan meneliti beberapa video lintas tema toleransi dari Habib Husein Ja'far untuk melihat pola konsistensi strategi retorika digital. Selanjutnya, penelitian dapat mengombinasikan pendekatan retorika digital dengan digital ethnography dan

sentiment analysis untuk menangkap dampak emosional, ideologis, dan perilaku audiens secara lebih komprehensif. Selain itu, kajian lanjutan dapat meneliti peran algoritme dalam amplifikasi pesan toleransi secara digital, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana dakwah moderat dapat diperkuat melalui mekanisme platform media sosial.

Daftar Pustaka

- Aisyah, M. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: A systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442–469.
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi erving goffman pada tampilan instagram mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173–187.
- Amiruddin, M. D., & Febriana, P. (2025). Online Identity Analysis of Public Figure Ketut Permata Juliastrid in Instagram Social Media: Analisis Identitas Daring Tokoh Publik Ketut Permata Juliastrid dalam Media Sosial Instagram. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 8, 124–129.
- Fadeli, M. (2025). *Filsafat Komunikasi: Konstruksi Makna Digital*. Jakad Media Publishing.
- Fasadena, N. S., Hidayat, R., Jannah, W., & Azza, M. R. (2022). Rhetoric Analysis of Alissa Wahid's Speech in the Webinar of Women Speak Religious Moderation on The Youtube Chanel Convey Indonesia. *An-Nisa Jurnal Kajian Perempuan Dan Keislaman*, 15(2), 153–166. <https://doi.org/10.35719/annisa.v15i2.89>
- Harahap, N. H., Azzura, P. R., Yasmin, R., Ikram, R., Alfarisi, R., Maghfira, W. A., & Hsb, Z. L. S. (2025). Analisis Isi Pesan Komunikasi Interpersonal dalam Percakapan Digital Melalui Aplikasi WhatsApp Sebagai Bentuk Interaksi Sosial Modern. *Fatih: Journal of Contemporary Research*, 2(1), 433–444.
- Hidayat, R. (2024). Integrasi Nilai Moderasi Beragama pada Pengelolaan Program Kearifan Lokal di Sekolah Budaya Jember. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars (AnCoMS)*, 8, 1387-1398. <https://doi.org/10.36835/ancoms.v8i1.679>
- Husein, F., & Ahnaf, M. I. (2023). *Studi antar agama: Metode dan praktik*. Gadjah Mada University Press.
- Kholili, A. (2025). Kultur Digital: Tantangan Dan Peluang Moderasi. *Kultur Budaya Dan Digital*, 35.

- Lumbantoruan, T. P., & Situmorang, M. (2025). Gerakan Oikumene di Indonesia dan Tantangan Lintas Agama. *Sukacita: Jurnal Pendidikan Iman Kristen*, 2(1), 167–185.
- Manusiwa, J. H. M., & Sualang, F. Y. (2025). Inversi Moral dan Relativisme Etika Sosial di Era Pos Modern: Sebuah Kajian terhadap Yesaya 5: 20. *SANCTUM DOMINE: JURNAL TEOLOGI*, 14(2), 387–412.
- Maulana, R., & Nurhaliza, S. A. (2025). Studi tentang Bentuk Komunikasi Online antara Komunitas Bismania dan Penyedia Layanan Otobus pada Media Sosial. *MUARA BAHASA: Jurnal Ilmiah Ilmu Bahasa & Komunikasi*, 1(1), 1–12.
- Northover, S. B., Quillien, T., Conroy-Beam, D., & Cohen, A. B. (2024). Religious signaling and prosociality: A review of the literature. *Evolution and Human Behavior*, 45(5), 106593.
- Rahmatullah, T. (2021). Teknologi persuasif: Aktor penting media sosial dalam mengubah sikap dan perilaku pengguna. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 60–78.
- Rusyfa, I. Z. A. (2024). Penerapan Pendekatan Berbasis Genre (PBG) dalam Menulis Teks Diskusi untuk Siswa SMA. *JlIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(1), 139–145.
- Saidah, S. (2025). *Analisis Corporate Social Responsibility (CSR) “Kampung Nanasku” PT Pupuk Kujang Di Desa Sarireja*. Universitas Islam Sultan Agung.
- Saputra, R. A. V. W., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2024). *RETORIKA: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital*. wawasan Ilmu.
- Setianugraha, G. P. (2022). Teknologi Gawai Untuk Mendukung Teater Virtual Semasa Pandemi. *NOCTIS*, 1(1).
- Sumirah, S., Zulaeha, I., Mardikantoro, H. B., & Haryadi, H. (2025). Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Buku Pengayaan Digital Literasi: Pendekatan Retorika terhadap Tema Eco Green. *Aksara*, 37(1), 68–76.
- Warini, S., Hidayat, Y. N., & Ilmi, D. (2023). Teori belajar sosial dalam pembelajaran. *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 2(4), 566–576.
- Zaman, W. K. (2025). Strategi Dakwah di Era Digital pada Tokoh Agama. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(1), 39. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v12i1.30977>

Zuhri, A. M. (2021). *Beragama di ruang digital; Konfigurasi ideologi dan ekspresi keberagamaan masyarakat virtual*. Nawa Litera Publishing.

Halaman ini sengaja dibiarkan kosong