



Telaah Segitiga Retorika Aristoteles dalam Video Ceramah Digital

Mohammad Wildan Esra^{1*}, Aang Ridwan², Umi Halwati³

^{1,2,3} Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung

* Email Korespondensi: esrawildan@gmail.com

A B S T R A K

Kata kunci:
Ceramah,
Dakwah Digital,
Ethos Logos
Pathos,
Retorika
Aristoteles,
YouTube

Perkembangan media digital telah mengubah lanskap dakwah Islam, di mana para dai kini menyampaikan pesan keagamaan melalui platform seperti YouTube. Fenomena ini menuntut kemampuan komunikasi yang persuasif dan adaptif agar pesan mampu bersaing di tengah arus informasi yang deras. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik aktualisasi unsur ethos, pathos, dan logos dalam ceramah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri berdasarkan teori Segitiga Retorika Aristoteles. Metode yang digunakan adalah analisis isi kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Sumber data berupa video ceramah berjudul "DUA RASA YANG HARUS ADA | Riyadhhus Shalihin" di channel YouTube Muhammad Nuzul Dzikri. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi audiovisual dan dokumentasi, kemudian data dikodekan berdasarkan kategori ethos, pathos, dan logos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ethos dibangun melalui pembukaan Islami, kutipan Al-Qur'an dan hadis, serta rujukan kepada ulama otoritatif. Pathos diaktualisasikan melalui doa kemanusiaan, ekspresi apresiatif, validasi kerentanan spiritual, dan narasi tragik tentang keputusan. Logos diterapkan melalui analogi-analogi empiris seperti metafora sayap burung, dosis obat, dan pengalaman siswa untuk mengabstraksi konsep teologis. Kesimpulannya, ceramah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mengimplementasikan trilogi retorika Aristoteles secara terstruktur dan proporsional sehingga menghasilkan komunikasi dakwah yang efektif, rasional, dan menyentuh secara emosional bagi audiens urban.

A B S T R A C T

Keyword:
Aristotle's
Rhetoric,
Da'wah Digital,
Lecture,
Ethos Logos
Pathos,
YouTube

The development of digital media has transformed the landscape of Islamic preaching, where religious communicators now deliver messages through platforms such as YouTube. This phenomenon demands persuasive and adaptive communication skills to compete amid information overload. This study aims to analyze the actualization characteristics of ethos, pathos, and logos elements in the digital lectures of Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri based on Aristotle's Rhetorical Triangle theory. A qualitative content analysis method with a constructivism paradigm was employed. The data source is a lecture video entitled "DUA RASA YANG HARUS ADA | Riyadhhus Shalihin" on the YouTube channel Muhammad Nuzul Dzikri. Data were collected through audiovisual observation and documentation, then coded according to ethos, pathos, and logos categories. The findings reveal that ethos is constructed through Islamic opening rituals, Qur'anic and hadith citations, and references to authoritative scholars. Pathos is actualized through humanitarian prayers, appreciative expressions, validation of spiritual vulnerability, and tragic narratives about despair. Logos is applied through empirical analogies such as bird's wings, medicine dosage, and student experiences to abstract theological concepts. The conclusion is that Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri's digital lectures implement Aristotle's rhetorical trilogy in a structured and proportional manner, producing effective, rational, and emotionally resonant da'wah communication for urban audiences.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengubah lanskap diseminasi informasi keagamaan secara masif. Media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok kini telah bertransformasi menjadi

mimbar baru bagi para dai untuk menyebarkan syiar Islam secara global. Fenomena kontemporer ini meruntuhkan batasan geografis dan waktu, sehingga memungkinkan pesan-pesan keagamaan menjangkau audiens yang lebih heterogen. Media baru telah menciptakan ruang sakral virtual yang mendefinisikan ulang cara masyarakat urban

dalam mengonsumsi konten keagamaan secara instan dan personal (Hidayatullah et al., 2024). Bagi generasi Muslim modern, media digital bukan lagi sekadar alternatif, melainkan telah menjadi rujukan utama dalam mencari pemahaman agama yang praktis.

Namun, peralihan medium dari mimbar fisik ke layar digital membawa tantangan tersendiri bagi efektivitas penyampaian pesan. Di tengah membanjirnya banjir informasi (*information overload*) di ruang siber, seorang dai dituntut tidak hanya menguasai substansi hukum Islam, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi yang adaptif agar pesannya mampu bersaing dan diterima dengan baik (Choirin et al., 2024). Oleh karena itu, seni berkomunikasi memegang peranan krusial dalam menentukan apakah sebuah pesan dakwah digital akan berlalu begitu saja atau mampu menggerakkan hati netizen.

Dalam konteks dakwah digital di Indonesia, sosok Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri muncul sebagai salah satu mutakallim (pembicara) yang sangat diminati oleh kalangan muda urban. Gaya penyampaiannya yang tenang, sistematis, serta berbasis pada dalil-dalil yang kuat namun dikemas secara kontekstual menjadi daya tarik utama. Video kajiannya di platform digital selalu mendapatkan atensi yang tinggi. Menurut analisis Fidha et al. (2024) "Akun YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri menyajikan konten dakwah Akidah, Akhlak dan Syari'ah dengan cara yang kreatif dan memikat, dengan menggunakan berbagai metode presentasi, termasuk ceramah, diskusi, dan pembahasan topik-topik, sehingga mampu menarik minat penonton dari berbagai latar belakang (Fidha et al., 2024)." Respons positif dari netizen menunjukkan adanya pola komunikasi retorik yang khas, terstruktur, dan efektif yang diterapkan oleh beliau, sehingga mampu menyentuh aspek kognitif sekaligus emosional jemaah virtual.

Untuk membedah efektivitas komunikasi ini, teori retorika klasik yang dirumuskan oleh Aristoteles masih sangat relevan untuk digunakan. Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai kemampuan untuk melihat perangkat persuasi yang tersedia dalam setiap situasi. Melalui konsep trilogi retorikanya *ethos* (kredibilitas), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika) kita dapat memetakan bagaimana sebuah pesan dibangun secara persuasif. Penerapan teori ini pada media modern telah terbukti karena meskipun dirumuskan pada masa Yunani Kuno, struktur trilogi Aristoteles tetap menjadi fondasi utama dalam menganalisis

pesan-pesan persuasif di media berbasis layar digital saat ini (Lohar, 2025)

Pentingnya analisis retorika dalam dakwah digital didukung oleh fakta bahwa efektivitas pesan tidak lagi hanya bergantung pada teks, melainkan pada bagaimana figur pembicara membangun kepercayaan digital (*digital ethos*). Kredibilitas seorang dai di ruang digital sejatinya dibentuk melalui konsistensi konten, kedalaman ilmu, dan kemampuan beradaptasi dengan karakteristik audiens media sosial yang dinamis (Rizky, 2024). Dalam konteks Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, *ethos* atau kredibilitas akademisnya sebagai lulusan Lembaga Ilmu Pengetahuan dan Bahasa Arab (LIPIA) berpadu dengan pembawaan yang tawadu, menciptakan daya tarik kepercayaan yang sangat kuat di mata audiensnya.

Selain faktor kredibilitas, aspek logika (*logos*) dan emosi (*pathos*) juga mengalami rekontekstualisasi di ruang siber. Keberhasilan dakwah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri terletak pada kemampuannya meramu argumen logis berbasis kitab-kitab klasik (*turats*) yang dipadukan dengan pendekatan emosional yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti masalah kesehatan mental, kecemasan, dan produktivitas. Penyelarasan ini sangat tepat, mengingat dakwah digital yang efektif di era modern memang wajib mengintegrasikan logika teks keagamaan dengan realitas empiris audiens agar tercipta ikatan emosional (*pathos*) yang kuat (Ardianti & Azhar, 2025). Kombinasi inilah yang membuat ceramah beliau terasa rasional sekaligus menyentuh hati.

Beberapa penelitian tentang Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tapi belum banyak yang menelaahnya dari perspektif retorika klasik, seperti penelitian skripsi Saharani (2022) yang menyoroti pesan dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Beliau menemukan bahwa terdapat 3 pesan dakwah yaitu pesan akidah, pesan akhlak, dan pesan syariah (Saharani, 2022). Namun, penelitian tersebut belum membahas secara eksplisit tentang analisis struktural retorika pada media digital. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Faridah et al. (2025) dalam Jurnal Retorika Dakwah menekankan pentingnya strategi adaptif da'i di media sosial, seperti penggunaan konten visual menarik, narasi personal, dan komunikasi dua arah dengan audiens. Kajian tersebut memperlihatkan bahwa retorika dakwah di media sosial menuntut kemampuan untuk mengemas pesan secara relevan dengan pola konsumsi digital Masyarakat (Faridah et al., 2025). Namun, lagi-

lagi, fokus utamanya lebih pada strategi komunikasi, bukan pada analisis struktur retorika klasik.

Berbeda dengan kajian penelitian sebelumnya, kajian ini mengisi celah yang berfokus pada aktualisasi unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam ceramah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Dalam konteks penelitian ini, media digital dan rekaman kajian beliau berfungsi sebagai objek formal, rujukan diskursus kontemporer, sekaligus instrumen strategis untuk memahami penguatan komunikasi dakwah yang persuasif bagi masyarakat urban. Melalui analisis mendalam, penelitian ini diharapkan mampu memberikan deskripsi komprehensif mengenai pemetaan retorika dakwah yang selaras dengan teori retorika klasik Aristoteles. Secara khusus, artikel ini diarahkan untuk menjawab satu persoalan pokok terkait Bagaimana karakteristik aktualisasi unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam ceramah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri?

Maka kajian ini berdampak pada tiga pihak pemangku kepentingan dalam ekosistem komunikasi keagamaan digital yang kompeten, inovatif, dan futuristik. Bagi audiens (netizen muslim urban), analisis ini dapat memberikan insight baru dalam menyaring dan mengonsumsi konten keagamaan secara rasional sekaligus emosional. Bagi para dai atau komunikator keagamaan, hasil penelitian ini dapat merangsang munculnya ruang improvisasi dan inovasi dalam merumuskan strategi dakwah berbasis media baru dengan standar komunikasi global. Sementara itu, artikel ini juga dapat memberikan pertimbangan bagi akademisi dan pembuat kebijakan komunikasi Islam dalam pengembangan diskursus dakwah di era siber, serta pemetaan capaian, masalah, dan hambatan komunikasi antara dai dan jemaah virtual. Kondisi psikologis audiens modern menjadi perhatian, mengingat dinamika ruang siber kerap dihadapkan pada kejenuhan informasi (*information overload*) dan memerlukan model pendekatan dakwah yang efektif serta solutif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini pada dasarnya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian ini bukanlah untuk menguji hipotesis menggunakan data numerik, melainkan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai fenomena komunikasi keagamaan. Dalam konteks retorika dakwah digital, pendekatan kualitatif

memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi bagaimana konsep persuasi dikonstruksi dan disajikan kepada jemaah virtual. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa penelitian kualitatif sangat efektif untuk membedah pesan komunikasi yang sarat dengan muatan doktrin keagamaan dan psikologis yang kompleks, di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam memaknai data. (Cresswell & Poth, 2018)

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dikarenakan peneliti ingin mengetahui bagaimana retorika atau teknik formula segitiga retorika menurut Aristoteles yang digunakan Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dalam ceramah pada media sosial YouTube. Paradigma konstruktivisme adalah memandang realitas kehidupan sosial bukanlah sebagai realitas yang natural, tetapi terbentuk dari hasil konstruksi manusia itu sendiri. Adapun alasan menggunakan paradigma ini adalah membaca realitas sosial yang didasari pada pengamatan peneliti sehingga data-data yang dihasilkan bersifat relatif kebenarannya.

Metode spesifik yang diterapkan adalah analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Berbeda dengan analisis isi kuantitatif yang berfokus pada frekuensi kata, metode ini menekankan pada interpretasi makna teks ceramah sang dai dalam konteks dakwah di era konvergensi media.

Sumber data dalam penelitian ini adalah video pada media youtube yang berjudul **“2130. DUA RASA YANG HARUS ADA | Riyaadhus Shaalihiin | Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri”** pada channel Youtube *Muhammad Nuzul Dzikri* yang diunggah pada 16 Juni 2026, yang berdurasi 19 menit 24 detik, dan telah ditonton lebih dari 8 ribu kali pada saat penelitian ini dilakukan. Pemilihan media digital ini didasarkan pada perannya sebagai mimbar baru yang mendefinisikan ulang cara masyarakat urban mengonsumsi konten keagamaan. Selain rekaman video tersebut, parameter analisis penelitian ini didasarkan pada kerangka teori retorika klasik Aristoteles yang meliputi elemen *ethos* (kredibilitas), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika). Integrasi teori retorika ini berfungsi sebagai standar evaluasi untuk membedah bagaimana sebuah pesan dibangun secara berdaya gugah. Telaah terhadap sumber ini sangat krusial karena seni berkomunikasi dan kemampuan adaptif seorang dai amat menentukan keberhasilan pesan dakwah agar tidak sekadar berlalu di tengah

banjir informasi (*information overload*). (Rahmawati et al., 2024)

Pemilihan sumber data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria representasi konten kajian yang memuat muatan antara akidah, akhlak, dan syariah. Selanjutnya, proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dan observasi audiovisual yang sistematis. Pertama, peneliti melakukan observasi cermat (*close observation*) dan pengamatan mendalam (*persistent observation*) terhadap unit-unit analisis terhadap video dakwah, khususnya pada segmen yang menampilkan penegasan kredibilitas, pembingkai argumen rasional, dan penyampaian empati. Kedua, pengumpulan data dilakukan secara eksklusif melalui teks verbal (transkrip lisan). Hal ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam makna substansial dari ujaran yang disampaikan. Ketiga, data yang terkumpul kemudian diklasifikasikan dan dikodekan berdasarkan kategori-kategori trilogi retorika Aristoteles, mulai dari aspek kredibilitas digital (*ethos*), struktur argumentasi rasional berbasis kitab klasik (*logos*), hingga muatan ikatan emosional dan relevansi empiris (*pathos*).

Prosedur analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi Kesimpulan (Naamy, 2019). Pada tahap kondensasi data, peneliti melakukan seleksi dan penyederhanaan terhadap transkrip dan rekaman ceramah Ustadz Muhammad Nuzul Dziki. Data tersebut dipilah dan dikategorikan menggunakan instrumen retorika Aristotelian guna mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan, seperti bagaimana kredibilitas (*ethos*), perumusan logika (*logos*), dan emosi (*pathos*). Langkah ini bertujuan untuk memetakan karakteristik pesan dakwah yang menonjol.

Selanjutnya pada tahap penyajian data, temuan yang telah dikondensasi disusun secara sistematis ke dalam deskripsi analitik berdasarkan struktur retorika klasik. Materi dianalisis untuk melihat bagaimana argumen logis yang dipadukan dengan pendekatan emosional yang relevan dengan kehidupan sehari-hari masyarakat urban. Penyajian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pola komunikasi retorik yang diterapkan secara terstruktur untuk menyentuh aspek kognitif dan emosional jemaah virtual.

Pada tahap akhir, peneliti mengevaluasi dan menyimpulkan karakteristik aktualisasi unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam ceramah digital

tersebut. Kesimpulan ditarik dengan menilai sejauh mana efektivitas integrasi teks keagamaan dengan realitas empiris mampu menciptakan ikatan komunikasi yang kuat. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik ketekunan pengamatan (*persistent observation*) dan uraian rinci (*thick description*). Ketekunan pengamatan dilakukan melalui pembacaan transkrip (*close reading*) dan penyimak video secara berulang-ulang untuk memastikan setiap ujaran dianalisis sesuai dengan konteks kalimatnya secara utuh. Selanjutnya, keabsahan interpretasi diperkuat melalui kecukupan referensi, yakni dengan menyajikan kutipan langsung dari penceramah secara rinci pada bagian temuan, sehingga pembaca dapat menelusuri dan memvalidasi kesesuaian antara data mentah dengan klasifikasi retorika *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang dilakukan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ethos

Ethos merupakan salah satu dari tiga cara yang disebutkan oleh Aristoteles untuk memengaruhi manusia. Pendekatan *ethos* mengharuskan pembicara untuk sanggup menunjukkan kepada khalayak bahwa ia memiliki pengetahuan yang luas, kepribadian yang terpercaya, dan status yang terhormat (Sulistriyani & Zainal, 2020). Para pakar komunikasi di era sekarang menyebut *ethos* gagasan Aristoteles tersebut dengan istilah kredibilitas. Kredibilitas ini tidak melekat secara otomatis pada diri pembicara, tetapi terletak pada persepsi khalayak tentang pembicara tersebut. Aristoteles juga mengemukakan bahwa bagian pengantar dalam susunan pidato berfungsi untuk menarik perhatian dan menumbuhkan kredibilitas atau *ethos* ini.

Karena berupa persepsi, kredibilitas atau *ethos* dapat dibentuk dan dibangun oleh seorang komunikator melalui beberapa komponen pendukung. Komponen tersebut meliputi otoritas atau keahlian, objektivitas (*good sense*), akhlak yang baik (*good character*), niat yang baik (*good will*), dan dinamisme. Selain itu, pernyataan yang menciptakan *ethos* dapat ditumbuhkan dari pernyataan mengenai sumber-sumber yang dikutip, keterlibatan pembicara dalam studi yang relevan, serta pengungkapan posisi, penghargaan, dan prestasi yang dicapai oleh pembicara.

Pathos

Pathos adalah cara memengaruhi manusia dengan berupaya menyentuh hati khalayak. Pendekatan ini menyasar langsung pada perasaan, emosi, harapan, kebencian, dan kasih sayang dari para pendengar (Sulistriyani & Zainal, 2020). Para ahli retorika modern kelak menyebut pendekatan *pathos* ini sebagai imbauan emosional atau *emotional appeals*. Dalam praktiknya, pembicara dapat memanipulasikan daya tarik motif yakni kondisi intern yang mengatur dan mengarahkan tingkah laku manusia untuk mencapai tujuan persuasinya.

Untuk menerapkan *pathos* secara efektif, seorang komunikator sering kali mengandalkan kekuatan bercerita (*storytelling*), pengalaman personal, atau narasi spesifik yang mampu menggugah empati. Penggunaan diksi yang dramatis, analogi yang tajam, serta intonasi suara yang dinamis menjadi instrumen penting untuk menghidupkan pesan di benak pendengar. Ketika ikatan emosional ini berhasil dibangun, audiens tidak lagi sekadar mencerna informasi secara pasif, melainkan tergerak untuk mengambil tindakan nyata baik berupa perubahan perilaku, pemberian dukungan, maupun partisipasi aktif karena mereka merasa memiliki keterikatan pribadi dengan isu yang sedang disampaikan.

Logos

Logos adalah cara meyakinkan khalayak dengan cara mengajukan bukti atau hal-hal yang kelihatan sebagai sebuah bukti (Sulistriyani & Zainal, 2020). Melalui *logos*, seorang pembicara berusaha mendekati khalayaknya melalui sarana otak atau akal pikirannya. Retorika menganjurkan agar apa yang dibicarakan senantiasa mempunyai dasar-dasar kebenaran, menggunakan ulasan yang dapat dipertanggungjawabkan, dan bukan sekadar asal bicara. Aristoteles selalu menyarankan agar setiap pembicara menampilkan alasan-alasan yang logis, karena logika merupakan dasar utama dari sebuah persuasi.

Retorika dan logika memiliki hubungan yang saling bertumpang tindih karena keduanya berfokus pada cara berpikir jernih, nalar, dan jujur. Logika mengajarkan pemakaian alasan-alasan yang logis dalam proses berpikir, yang hasil dari proses berpikir tersebut kemudian disampaikan dalam pembicaraan retorika. Untuk mendukung pemikiran dan penalaran yang benar, penyampai pesan dapat menggunakan bukti-bukti berupa induksi, deduksi, silogisme, entimem, atau menunjukkan contoh-contoh. Retorika tanpa

didukung oleh logika hanya akan menjadi ilmu untuk bersilat lidah, sementara kaidah logika tanpa didukung retorika tidak mungkin dapat digunakan untuk meyakinkan para pendengar.

Hasil Analisis Video berdasarkan Ethos

Penanda Waktu	Transkrip Teks dalam Video	Penjelasan
00:10 - 01:48	Dimulai dengan Bismillah, ucapan salam, pujian kepada Allah, bershalawat kepada Nabi Muhammad dan doa agar semua penonton selamat.	Bagian ini menyoroti sosok Ustadz Muhammad Nuzul Dziki sebagai seorang pemimpin agama yang taat dan sopan. Bagian pembuka, yang dipenuhi dengan ungkapan-ungkapan Islam, memperkuat citra seorang da'i yang memahami tata krama berbicara yang tepat dalam tradisi Islam.
03:03 - 03:05	"Namun sekali lagi Allah yang menyatakan <i>minha arba'atun hurum</i> , di antara 12 bulan ada 4 bulan yang mulia."	Kutipan kutipan dari Al-Qur'an menunjukkan bahwa ceramah tersebut tidak semata-mata didasarkan pada pendapat pribadi, melainkan merujuk

		langsung pada teks suci.
03:13 - 03:21	Nabi SAW menjelaskan tiga bulan datang berturut-turut: Dzulqa'dah, Dzulhijjah, Al-Muharram, dan Rajab Mudhar	Pembicara menyandarkan argumennya pada otoritas tertinggi setelah Al-Qur'an dalam agama Islam, yaitu Nabi Muhammad SAW, untuk meyakinkan pendengar mengenai status bulan-bulan tersebut.
04:24 - 04:30	"Ada sebuah catatan yang sederhana dan menarik dari sebagian para ulama seperti Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin."	Pengutipan nama tokoh ulama besar (Syaikh Al-Utsaimin) merupakan bentuk validasi argumen melalui rujukan ahli yang sangat kredibel dalam ilmu agama.
04:05 - 04:15	"Dan jamaah yang Allah muliakan, kita kembali bersama bab Harapan atau bab <i>Ar-Raja'</i> yang dibawa oleh Al-Imam An-Nawawi rahimahullah ta'ala Rahmatan Wasiah.	Bagian ini menunjukkan adab beliau kepada Ulama yang telah wafat dengan mendoakan Rahmat untuknya. Mendoakan para ulama juga memperkuat

		citra keilmuan dan adab keagamaan.
--	--	------------------------------------

Ethos dalam ceramah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri sudah terlihat jelas sejak awal video. Pada *timestamp* 00:10-01:48, konstruksi kredibilitas (*ethos*) Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri terbangun secara kokoh pada bagian pembukaan wacananya. Melalui pemanfaatan ungkapan-ungkapan pembuka yang representatif terhadap tradisi Islam seperti doa, tahmid, dan shalawat, pembicara secara strategis menonjolkan profilnya sebagai figur otoritas agama yang taat dan beradab (Akca et al., 2023). Hal ini tidak hanya merepresentasikan ketaatan teologis, melainkan juga mengukuhkan citra pembicara sebagai seorang komunikator dakwah (da'i) yang memiliki kompetensi tinggi dalam mengimplementasikan tata krama komunikasi Islami, sehingga mampu memenangkan kepercayaan audiens sejak awal pemaparan.

Pada *timestamp* 03:03-03:05 beliau mengutip ayat Al-Qur'an yaitu ayat ke-36 dari surat At-Taubah. Dalam perspektif retorika, pengintegrasian kutipan-kutipan Al-Qur'an dalam wacana ini secara signifikan mengonstruksi *ethos* pembicara. Dengan merujuk langsung pada teks suci, penceramah memproyeksikan dirinya sebagai figur otoritas yang keilmuannya berakar pada landasan doktrinal yang sahih, bukan pada opini subjektif semata. Langkah ini secara efektif mengukuhkan kredibilitas sang da'i dan memvalidasi integritas keagamaannya, sehingga menumbuhkan kepercayaan penuh dari audiens. (Hasanah et al., 2024)

Pada *timestamp* 03:13-03:21 beliau membawakan hadits Nabi yang menjelaskan tentang bulan-bulan mulia dalam satu tahun yaitu, Dzulqa'dah, Dzulhijjah, Muharram, dan bulan Rajab Mudhar. Selain merujuk pada teks suci, upaya pembicara dalam mengonstruksi *ethos* wacananya juga dimanifestasikan melalui penyandaran argumen pada figur otoritas tertinggi kedua dalam epistemologi Islam, yakni Nabi Muhammad *Shallallahu alaihi wa sallam*. Pemanggilan otoritas profetik ini berfungsi sebagai instrumen retorik yang krusial untuk

melegitimasi klaim mengenai keistimewaan bulan-bulan tertentu. Dengan menyelaraskan narasinya bersama otoritas sabda Rasul, pembicara secara efektif mengunci keyakinan teologis audiens dan memperteguh posisinya sebagai representasi penyampai kebenaran syariat yang kredibel. (Hasanah et al., 2024)

Pada *timestamp* 04:24 -04:30 beliau mengutip sebuah catatan dari seorang Ulama yakni Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin. Lebih lanjut, pengutipan nama figur ulama otoritatif seperti Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin berfungsi sebagai instrumen validasi epistemologis dalam wacana ini. Dari perspektif retorika, pemanfaatan rujukan ahli yang memiliki rekam jejak kredibilitas tinggi dalam disiplin ilmu syariat merupakan strategi penguatan ethos yang sangat efektif. Langkah ini tidak hanya memperkokoh konstruksi argumentasi penceramah, tetapi juga menempatkan diskursus yang disampaikan ke dalam kerangka keilmuan yang valid, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis maupun teologis. (Hasanah et al., 2024)

Pada *timestamp* 04:05-04:15 beliau membuka pembahasan sebuah bab dalam kitab *Riyadhus Shalihin* karya Al-Imam An-Nawawi yakni bab Khauf dan Raja. Dan bersamaan dengan itu beliau mendoakan Rahmat Allah untuk Al-Imam An-Nawawi. Tindakan menyematkan doa kerahmatan bagi ulama pendahulu dalam wacana ini merepresentasikan lebih dari sekadar kesantunan verbal, hal ini merupakan manifestasi nyata dari etika intelektual (adab) dalam tradisi keilmuan Islam. Dari perspektif retorika, praktik ini secara signifikan mengonstruksi *ethos* penceramah dengan memproyeksikan citra keilmuan yang beradab dan memiliki ikatan spiritual dengan para penjaga otoritas agama (Fatimah et al., 2023). Kesantunan religius ini pada gilirannya melegitimasi integritas moral pembicara, sehingga kredibilitasnya sebagai komunikator dakwah semakin kokoh di mata audiens.

Temuan-temuan analitis di atas sejalan dengan hasil sejumlah penelitian serupa yang mengkaji retorika dakwah para da'i kontemporer Indonesia. Penelitian Ayu (2025) terhadap ceramah Ustadz Luqmanul Hakim di channel YouTube Munzalan TV Official menyimpulkan bahwa "ethos tampak dari kredibilitas dan keteladanan dakwahnya (Ayu, 2025). sedangkan logos terlihat dari argumentasi logis yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis. Penerapan

teknik persuasif ini menjadikan pesan dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan mendorong perubahan perilaku pemirsanya." Sejalan dengan itu, studi komparatif Muhammad Iqbal (2025) terhadap ceramah Ustadz Hanan Attaki dan Habib Husein Ja'far di Instagram menegaskan bahwa "keduanya punya kredibilitas (etos) karena memiliki latar belakang pendidikan yang kuat di bidang Tafsir Al-Qur'an dan Dakwah," dan bahwa penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an secara langsung dalam ceramah menjadi fondasi utama pembentukan ethos sebagaimana dirumuskan oleh Aristoteles (Iqbal & Bedi'ah, 2025). Dengan demikian, pola konstruksi ethos yang diperagakan oleh Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri melalui pembukaan Islami, kutipan Al-Qur'an, hadis Nabi, serta referensi ulama otoritatif bukan merupakan fenomena yang bersifat parsial, melainkan mencerminkan pola retorika dakwah yang terbukti secara empiris efektif dalam membangun legitimasi dan kepercayaan komunikator Islam di hadapan audiens.

Hasil Analisis Video berdasarkan Pathos

Penanda Waktu	Transkrip Teks dalam Video	Penjelasan
01:40 - 01:48	"Allah tolong kita dan orang-orang yang terzalimi di Palestina dan di berbagai macam tempat, Allah Maha Berkuasa atas segala sesuatu."	Pembicara memancing rasa simpati, haru, dan kepedulian sosial yang mendalam dari audiens terhadap penderitaan sesama manusia.
01:49 - 01:55	"Hadirin Allah muliakan, sebuah kebahagiaan bisa bersua pada kesempatan kali ini."	Kalimat pembuka ini merangkul audiens secara emosional dengan mengungkapkan perasaan bahagia dan penghormatan.

02:26 02:36	- "Kita diminta untuk istiqamah satu bulan di bulan Ramadhan saja itu susahnya di luar ekspektasi kita."	Pembicara membangkitkan empati dan perasaan senasib dengan mengakui kelemahan manusiawi dan kesulitan emosional yang sering dialami audiens saat mencoba konsisten beribadah.
13:01 13:07	- "Ketika seseorang terlalu kuat sisi takutnya, dia jadi paranoid."	Pemilihan kata "paranoid" bertujuan untuk membangkitkan rasa cemas atau kehati-hatian audiens terhadap dampak buruk jika mereka salah mengelola rasa takut.
13:15 13:20	- "...ada banyak orang kehilangan rasa harap lalu dia mau mengakhiri hidupnya dengan bunuh diri (suicide)."	Kalimat ini memberikan sentuhan emosional yang sangat kuat dan tragis, memunculkan rasa sedih serta urgensi mengenai bahaya hilangnya harapan hidup.

Pathos dalam video Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri terlihat dari kalimat yang merangkul audiens secara emosional. Pada *timestamp* 01:40 - 01:48 beliau berdoa kepada Allah agar menolong para hambaNya dan orang-orang yang terzalimi di Palestina dan di berbagai tempat lain. Melalui artikulasi narasi penderitaan kemanusiaan, pembicara secara efektif mengoperasikan strategi retorika pathos untuk menstimulasi respons afektif

audiens (Hidayatullah et al., 2024). Upaya membangkitkan rasa simpati, haru, dan kepedulian sosial yang mendalam ini bukan sekadar pemantik emosi sesaat, melainkan mekanisme krusial untuk membangun ikatan empati kolektif. Dengan menyentuh dimensi psikologis dan nurani pendengar, penceramah berhasil mentransformasikan keprihatinan sosial menjadi dorongan moral yang mengikat audiens secara emosional dengan pesan yang disampaikan.

Pada *timestamp* 01:49-01:55 pada kalimat "Hadirin Allah muliakan, sebuah kebahagiaan bisa bersua pada kesempatan kali ini." Secara retorik, kalimat pembuka wacana ini beroperasi sebagai manifestasi teknik pathos yang strategis. Melalui artikulasi perasaan bahagia dan ekspresi penghormatan yang eksplisit, penceramah berupaya merangkul audiens dengan membangun kedekatan afektif sejak fase inisiasi komunikasi. Strategi apresiatif/partisipatif ini tidak hanya berfungsi untuk mencairkan jarak psikologis antara komunikator dan pendengar, tetapi juga menciptakan iklim penerimaan emosional yang kondusif, sehingga audiens merasa dihargai dan lebih terbuka terhadap paparan pesan persuasif berikutnya. (Hatami et al., 2023)

Pada *timestamp* 02:26-02:36 pada kalimat "Kita diminta untuk istiqamah satu bulan di bulan Ramadhan saja itu susahnya di luar ekspektasi kita." Dalam mengimplementasikan elemen pathos, Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri secara cerdas menggunakan narasi kerentanan manusiawi untuk menstimulasi resonansi empati dan perasaan senasib (*shared experience*) dengan audiens. Validasi pembicara terhadap kesulitan emosional dalam menjaga konsistensi ibadah (istiqamah) berfungsi strategis untuk menjembatani kesenjangan psikologis antara figur otoritas agama dan masyarakat awam. Melalui pendekatan empatik ini, penceramah sukses mengonstruksi ikatan solidaritas spiritual, sehingga audiens merasa dipahami secara batiniah dan menjadi lebih reseptif terhadap pesan moral yang ditransmisikan. (Hidayatullah et al., 2024)

Pada *timestamp* 13:01-13:07 beliau mengatakan bahwasannya jika seseorang rasa takutnya lebih besar daripada rasa harapnya maka ia akan merasakan *paranoid*. Penggunaan diksi "*paranoid*" dalam wacana ini merupakan strategi leksikal yang secara spesifik ditujukan untuk mengeskalisasi elemen pathos. Pemilihan terminologi berdimensi psikologis ini berfungsi sebagai katalisator afektif untuk menstimulasi rasa cemas dan kehati-hatian kognitif audiens

(Wulandari et al., 2024). Melalui proyeksi kondisi kejiwaan yang ekstrem tersebut, penceramah secara efektif mengonstruksi urgensi pesan, sekaligus memperingatkan pendengar mengenai konsekuensi destruktif yang akan timbul apabila mereka gagal meregulasi rasa takut (*khauf*) secara proporsional.

Pada *timestamp* 13:15-13:20 beliau mengatakan bahwasannya banyak orang yang melakukan bunuh diri atau *suicide* karena rasa takutnya lebih besar daripada rasa harapnya. kalimat tersebut merepresentasikan manifestasi pathos dengan intensitas emosional yang sangat tajam. Penggunaan narasi tragik dalam diskursus ini secara efektif menstimulasi resonansi kesedihan dan empati yang mendalam di kalangan audiens. Lebih dari sekadar pemantik emosi, rekayasa afektif ini difungsikan secara strategis untuk mengelevasi *sense of urgency* (kesadaran akan urgensi) terkait fatalitas hilangnya harapan hidup. Melalui konfrontasi dengan realitas destruktif tersebut, penceramah berhasil mendesak kesadaran kognitif dan spiritual jamaah mengenai bahaya laten dari keputusan. (Wulandari et al., 2024)

Temuan analisis pathos dalam ceramah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri di atas sejalan dengan sejumlah penelitian serupa yang mengkaji retorika dakwah Islam. Hakim et al. (2025) dalam penelitiannya tentang metaretorika ceramah Gus Iqdam dalam "Rutinan Malam Selasa" menemukan bahwa penggunaan elemen retorika klasik khususnya pathos dikembangkan secara strategis untuk membangun rasa kedekatan (*sense of connection*) antara penceramah dan audiens, di mana metaretorika berbasis pathos diekspresikan melalui seruan-seruan spiritual yang sarat muatan emosional (Hakim et al., 2025). Senada dengan itu, penelitian terhadap retorika dakwah digital Habib Husein Ja'far di platform TikTok mengungkapkan bahwa pathos diaktifkan melalui narasi personal dan penyuntingan audio-visual yang menyentuh perasaan penonton, di mana konvergensi efektif dari elemen retorika tersebut bahkan mampu menghasilkan video dengan lebih dari 10 juta penonton (Iqbal & Bedi'ah, 2025). Lebih jauh, kajian retorika sufistik Syekh Abdul Qadir al-Jilani menunjukkan bahwa pathos dalam khitabah Islam berfungsi untuk membangkitkan respons emosional audiens sekaligus menyeimbangkan kritik moral yang tajam dengan nasihat yang penuh kasih sayang kepada jamaah (Muliawan et al., 2025). Keseluruhan bukti empiris ini mengonfirmasi bahwa strategi pathos

yang diimplementasikan Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mulai dari doa kemanusiaan, ekspresi apresiatif, validasi kerentanan spiritual, hingga narasi tragik tentang keputusan merupakan pola retorika dakwah yang mapan dan terbukti efektif dalam membangun ikatan emosional antara penceramah dan audiens dalam konteks komunikasi Islam.

Hasil Analisis Video berdasarkan Logos

Penanda Waktu	Transkrip Teks dalam Video	Penjelasan
06:00 - 06:07	"(seperti) dua sayap burung yang seimbang sehingga burung itu bisa terbang dengan baik."	Kalimat ini adalah <i>logos</i> berupa analogi logis; keseimbangan antara rasa takut dan harap diibaratkan seperti dua sayap burung agar bisa berfungsi (terbang).
06:35 - 06:47	"Karena kita tahu bahwa perasaan-perasaan ini atau rasa-rasa ini akan berjalan efektif dalam diri kita jika porsinya tepat, jika dosisnya tepat."	Ini adalah penalaran logis sebab-akibat yang mengibaratkan rasa takut dan harap seperti dosis obat yang harus diukur.
10:21 - 10:40	"Sama halnya seperti seorang siswa ketika dia punya harapan yang overdosis dia akan naik kelas atau pasti diterima di jenjang berikutnya, dia nggak akan"	Ini adalah <i>logos</i> yang menggunakan analogi kehidupan nyata untuk menjelaskan secara rasional mengapa terlalu banyak harapan

	belajar maksimal."	bisa memicu kemalasan.
14:32 - 14:46	"Kalau Anda berbuat baik itu untuk diri Anda sendiri (in ahsantum ahsantum li anfusikum), dan kalau Anda berbuat buruk itu akan kembali dan berbalik kepada Anda."	Kalimat ini menunjukkan prinsip logika aksi-reaksi atau sebab-akibat yang rasional.
17:39 - 17:49	"Ini obat, pertanyaannya dosisnya berapa kali sehari? Kalau dosisnya nggak dikasih tahu, Anda bisa keracunan obat."	Penggunaan analogi medis sangat masuk akal; logika medis membuktikan bahwa obat bisa berubah menjadi racun jika salah takaran, yang sangat rasional untuk dihubungkan dengan "takaran" perasaan emosional manusia.

Logos pada video ceramah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri terlihat dari penggunaan analogi-analogi beliau. Pada *timestamp* 06:00-06:07 pada kalimat "(seperti) dua sayap burung yang seimbang sehingga burung itu bisa terbang dengan baik." Pemanfaatan metafora 'dua sayap burung' dalam wacana ini merepresentasikan pengaplikasian elemen logos melalui skema analogi logis. Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri berupaya mengonversi konsep keseimbangan teologis yang abstrak, yakni ekuilibrium antara rasa takut (*khauf*) dan harap (*raja'*) menjadi sebuah penalaran empiris yang

rasional. Analogi terkait fungsi mekanis sayap untuk terbang ini secara efektif memfasilitasi kognisi audiens dalam memproses, memahami, dan memvalidasi urgensi proporsi emosi yang seimbang di dalam kehidupan spiritual mereka. (Putranto & Harvelin, 2023)

Pada *timestamp* 06:35-06:47 pada kalimat "Karena kita tahu bahwa perasaan-perasaan ini atau rasa-rasa ini akan berjalan efektif dalam diri kita jika porsinya tepat, jika dosisnya tepat." Dari dimensi argumentasi logos, Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri secara tajam mengonstruksi penalaran kausalitas (sebab-akibat) melalui analogi medis yang berfokus pada presisi takaran dosis obat (Safitri & Atikurrahman, 2023). Komparasi logis ini difungsikan secara strategis untuk memformulasikan abstraksi teologis yakni regulasi emosi takut dan harap menjadi sebuah rasionalitas empiris yang terukur oleh kognisi audiens. Melalui kerangka berpikir kausal tersebut, pembicara berhasil memberikan pembuktian logis bahwa ketidakakuratan proporsi emosi spiritual akan menghasilkan konsekuensi destruktif (toksisitas), ekuivalen dengan dampak fatal dari kesalahan dosis pengobatan.

Pada *timestamp* 10:21-10:40 pada kalimat "Sama halnya seperti seorang siswa ketika dia punya harapan yang overdosis dia akan naik kelas atau pasti diterima di jenjang berikutnya, dia nggak akan belajar maksimal." Pemanfaatan analogi kehidupan nyata dalam wacana ini merupakan representasi konkrit dari pengaplikasian strategi persuasi logos (Hatami et al., 2023). Melalui komparasi empiris tersebut, penceramah berhasil memberikan rasionalisasi logis mengenai hubungan kausalitas antara ekspektasi keagamaan yang berlebihan (hiper-optimisme) dan penurunan motivasi tindakan. Pendekatan argumentatif ini secara efektif menuntun kognisi audiens untuk memahami secara obyektif bahwa harapan yang tidak proporsional justru akan mendisrupsi ikhtiar dan bermuara pada stagnasi atau kemalasan

Pada *timestamp* 14:32-14:46 pada kalimat "Kalau Anda berbuat baik itu untuk diri Anda sendiri (in ahsantum ahsantum li anfusikum), dan kalau Anda berbuat buruk itu akan kembali dan berbalik kepada Anda." Secara retorik, artikulasi kalimat tersebut merepresentasikan pengaplikasian elemen logos yang berpijak pada prinsip kausalitas murni. Dengan menstrukturkan argumen melalui logika aksi-reaksi yang rasional, penceramah berhasil menghadirkan kerangka penalaran yang obyektif (Zhou & Li, 2023).

Pendekatan argumentatif ini secara efektif membimbing kognisi audiens untuk memvalidasi konsekuensi logis dari setiap tindakan, sehingga pesan yang disampaikan tidak terkesan dogmatis, melainkan memiliki pijakan rasionalitas empiris yang sangat kuat.

Pada *timestamp* 17:39-17:49 pada kalimat "Ini obat, pertanyaannya dosisnya berapa kali sehari? Kalau dosisnya nggak dikasih tahu, Anda bisa keracunan obat." Pemanfaatan analogi medis dalam wacana ini merepresentasikan strategi argumentasi *logos* yang sangat presisi (Safitri & Atikurrahman, 2023). Dengan mengadopsi logika farmakologis di mana substansi kuratif dapat bertransformasi menjadi racun akibat kesalahan dosis, Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri sukses menghadirkan rasionalisasi empiris terhadap konsep psikologi keagamaan yang abstrak. Komparasi rasional ini menjembatani hukum mekanika medis dengan dinamika teologis, membuktikan secara logis bahwa ketidakseimbangan 'takaran' emosional pada manusia akan menghasilkan konsekuensi destruktif yang setara dengan toksisitas medis.

Pola argumentasi *logos* berbasis analogi yang diimplementasikan Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dalam ceramahnya meliputi analogi sayap burung, dosis obat, dan pengalaman siswa mendapatkan konfirmasi kuat dari sejumlah penelitian empiris serupa dalam kajian retorika dakwah Islam. Penelitian Hakki et al., (2026) terhadap ceramah Ustadz Abdul Somad yang berjudul "Makna dan Hikmah Peringatan Maulid Nabi Muhammad" dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis isi menemukan bahwa elemen *logos* diterapkan dengan penggunaan contoh konkret dan analogi sehari-hari (Hakki et al., 2026). Sementara itu, Hakim et al. (2025) dalam analisis metaretorika ceramah Gus Iqdam mengungkapkan bahwa *logos* diaktualisasikan melalui penalaran deduktif, kausal, dan komparatif bukan semata untuk menyampaikan pesan keagamaan, melainkan sekaligus untuk mendemonstrasikan landasan rasionalnya kepada jamaah (Hakim et al., 2025). Lebih jauh, kajian Haryadie (2023) terhadap retorika dakwah Panji Gumilang menegaskan bahwa keberhasilan sebuah strategi retorika sangat ditentukan oleh kemampuan pembicara dalam mengombinasikan kredibilitas, emosi, dan logika secara proporsional (Haryadie, 2023). Temuan-temuan empiris ini secara kolektif mengonfirmasi bahwa penggunaan analogi konkret dan penalaran kausalitas oleh Ustadz

Muhammad Nuzul Dzikri untuk mengabstraksi konsep teologis *khauf* dan *raja'* merupakan wujud penerapan *logos* yang terstruktur, efektif, dan selaras dengan praktik retorika dakwah Islam yang telah terdokumentasi secara akademis.

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengungkap bahwa ceramah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri mengaktualisasikan ketiga unsur Segitiga Retorika Aristoteles secara terstruktur, proporsional, dan efektif dalam konteks komunikasi dakwah di platform YouTube. Dari dimensi *ethos*, kredibilitas dibangun secara kokoh melalui penggunaan ungkapan pembuka Islami, pengutipan ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi, serta rujukan kepada ulama otoritatif seperti Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin dan Al-Imam An-Nawawi, sehingga menempatkan penceramah sebagai figur otoritas keagamaan yang terpercaya di mata audiens virtual. Dari dimensi *pathos*, ikatan emosional dibangun melalui doa kemanusiaan untuk korban kezaliman di Palestina, ekspresi apresiatif kepada jamaah, validasi terhadap kerentanan spiritual audiens dalam menjaga istiqamah, hingga narasi tragik mengenai bahaya keputusan yang berujung pada tindakan bunuh diri, yang secara keseluruhan berhasil menciptakan resonansi empati kolektif yang mendalam. Dari dimensi *logos*, argumentasi rasional dikonstruksi melalui serangkaian analogi empiris yang cerdas, meliputi metafora dua sayap burung, analogi dosis obat, dan komparasi pengalaman siswa, guna mengkonversi konsep teologis abstrak tentang keseimbangan antara *khauf* dan *raja'* menjadi penalaran yang dapat dicerna secara logis oleh audiens modern. Integrasi proporsional ketiga elemen retorika inilah yang menjadikan ceramah digital Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri tidak hanya informatif secara substansi, tetapi juga persuasif secara emosional dan rasional. Berdasarkan temuan ini, para dai dan komunikator keagamaan di era digital direkomendasikan untuk mengadopsi pendekatan retorika trilogi Aristoteles sebagai kerangka strategis dalam merancang konten dakwah digital

yang mampu menjangkau, menyentuh, dan meyakinkan audiens urban yang heterogen di tengah derasnya arus informasi di ruang siber.

References

- Akca, A. A., Feise-Nasr, M., Stenske, L., & Süer, A. (2023). Practices of Islamic Preaching: Text, Performativity, and Materiality of Islamic Religious Speech. In *Practices of Islamic Preaching: Text, Performativity, and Materiality of Islamic Religious Speech*. De Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110788334>
- Ardianti, I., & Azhar. (2025). The Rhetoric of The Instagram Account @Gusmiftah's Dakwah in Broadcasting Religious Moderation. *Wasilatuna: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 8(2), 222–233.
<https://doi.org/10.38073/WASILATUNA.V8I02.3490>
- Ayu. (2025). Teknik Komunikasi Persuasif. *Ad-DA'WAH*, 23(2), 19–35.
<https://doi.org/10.59109/ADDAWAH.V23I2.146>
- Choirin, M., Guleng, M. P., Arbi, D. S., & Maulan, R. (2024). MUBALLIGH IN THE DIGITAL AGE BASED ON INSIGHTS FROM INDONESIAN PHENOMENA: LEVERAGING DIGITAL LEARNING FOR THE PROMOTION OF ISLAMIC VALUES. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 167–190.
<https://doi.org/10.22515/albalagh.v9i2.7751>
- Cresswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Faridah, F., Amir, R. M., Budin, H. Bin, Azhar, A., & Mawaddah, S. N. (2025). Strategi Dakwah di Media Sosial. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 70–85.
<https://doi.org/10.47435/RETORIKA.V7I1.3737>
- Fatimah, K., Febriyatko, A., Busri, H., & Badrih, M. (2023). Estetika Bahasa dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(2), 1068–1089.
<https://doi.org/10.30605/ONOMA.V9I2.2906>
- Fidha, R., Rofi'ah, R., & Rosidah, N. S. (2024). Analisis Pesan Dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri Melalui Media YouTube. *KOLONI*, 3(2), 232–236.
<https://doi.org/10.31004/KOLONI.V3I2.646>
- Hakim, L., Mukhlis, Z., & Pardianto. (2025). Metaretorika Dakwah: Analisis Ceramah 'Rutinan Malam Selasa' Gus Iqdam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 15(1), 136–158.
<https://doi.org/10.15642/JKI.2025.15.1.136-158>
- Hakki, S., Gamasari, R., Nurdianysah, F., & Putra, A. (2026). Persuasive Strategies in Ustadz Abdul Somad's Sermon on the Official YouTube Channel: An Aristotelian Rhetorical Analysis. *JURNAL HURRIAH: Jurnal Evaluasi Pendidikan Dan Penelitian*, 7(1), 170–176.
<https://doi.org/10.56806/jh.v7i1.417>
- Haryadie, Y. (2023). Analisis Retorika Etos, Patos, dan Logos dalam Dakwah Panji Gumilang. In *Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting* (Vol. 7, Number 1).
- Hasanah, U., Anam, K., & Muassomah, M. (2024). Modernising tradition: Reinforcing ASWAJA al-Nahdhiyah authority among millennials in Indonesia. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 80(1).
<https://doi.org/10.4102/hts.v80i1.9425>
- Hatami, H., Nuwairah, N., & Amaly, N. (2023). Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Melalui Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 11(2), 89–104.
<https://doi.org/10.18592/ALHIWAR.V11I2.11515>
- Hidayatullah, R. R., Kamali, M. F., & T, N. A. (2024). Innovative Dakwah Strategies Through Social Media: Case Study of

- Islamic Communication Approaches in Indonesia. *INJIES: Journal of Islamic Education Studies*, 1(1), 16–27.
<https://doi.org/10.34125/INJIES.V1I1.3>
- Iqbal, M., & Bedi'ah, D. (2025). Comparison of the Preaching Rhetoric of Ustadz Hanan Attaki and Habib Husein Ja'far on Instagram. *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 15(1), 310–334.
<https://doi.org/10.35905/KOMUNIDA.V15I1.13160>
- Lohar, Dr. S. (2025). Exploring the Enduring Insights of Aristotle's Rhetoric in Contemporary Advertising. *Praxis International Journal of Social Science and Literature*, 9(1), 29–35.
<https://doi.org/10.51879/PIJSSL/090104>
- Muliawan, D., Nasrullah, Y. M., Fatonah, N., Nazib, F. M., & Mohd, M. N. bin. (2025). Sufi Rhetoric in Khithobah (An Analysis of the Rhetoric of Syekh Abdul Qodir Jailani's Khithobah to a Specific Audience). *Mauriduna : Journal of Islamic Studies*, 6(2), 297–313.
<https://doi.org/10.37274/MAURIDUNA.V6I2.52>
- Naamy, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar & Aplikasinya* (Winengan, Ed.; 1st ed.). LP2M UIN Mataram.
- Putranto, R. D., & Harvelin, A. (2023). Group Counseling as an Effort to Improve Effectiveness Implementation of Correction Client Personality Guidance (Case Study at West Jakarta Class 1 Penitentiary). *POSTULAT*, 1(1), 1–7.
<https://doi.org/10.37010/postulat.v1i1.1137>
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmianani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279.
<https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Rizky, F. U. (2024). Kompetensi Dai Profesional untuk Berdakwah di Kalangan Generasi Z. *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram*, 2(2), 339–360.
<https://doi.org/10.55372/TANZHIM.V2I2.33>
- Safitri, T. S., & Atikurrahman, Moh. (2023). Anjing Menggonggong Muazin Berlalu: Toa Masjid, Gus Yaqut, dan Semiotika Morris. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 4(2).
<https://doi.org/10.19105/ghancaran.v4i2.6753>
- Saharani, S. A. (2022). *Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri Melalui YouTube* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta].
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/66300>
- Sulistriyani, D., & Zainal, A. G. (2020). *Buku Ajar Retorika* (K. Ikhwan, Ed.; Cetakan Pertama). CV. AA. RIZKY.
- Wulandari, S. N. A., Ihsani, A. F. A., Bachtiar, A., & Retpitasi, E. (2024). Navigating the Path to Islam: Evaluating Persuasive Communication in Conversion Guidance Programs at the Indonesian Chinese Islamic Unity Institute (PITI) in Surabaya. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 35(1), 109–126.
<https://doi.org/10.33367/tribakti.v35i1.3602>
- Zhou, R., & Li, S. (2023). A Study on the Persuasive Function of Metadiscourse in Hotel Responses to Negative Reviews on TripAdvisor. *English Language Teaching*, 16(6), 55.
<https://doi.org/10.5539/elt.v16n6p55>

