SOCILEXIA
Journal of Social Sciences and Humanities

SOCILEXIA: Journal of Social Sciences and Humanities
Vol. 1, No. 4, 2026
E-ISSN: 3164-9610
punggawajournal.com/socilexia

Dakwah, Humor, Dan Logika: Membaca Gaya Retorika Syekh Assim Al-Hakeem Dalam Event Strong Heart By Syabab Official

Ahmad Baiquni[1], Muhammad Sofwan[2], Muh. Isra' Dzaki[3], S. Fahrul Assagaf[4], Fadli Aliansyah[5], Nur Setiawati[6]

[1] Universitas Muhammadiyah Prof Dr Hamka, Jakarta, Indonesia
[2] Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia
[3] Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia
[4] Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia
[5] Institut Agama Islam STIBA Makassar, Indonesia
[6] Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia
Korespondensi: ahmad.baiquni@student.uhamka.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat artikel:
Received Sept 27th, 2026
Revised Nov 5th, 2026
Accepted Nov 13th, 2026

Keyword:
Retorika dakwah; Syekh Assim Al-Hakeem; Humor; Argumentasi logis; Komunikasi dialogis.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis gaya retorika dakwah Syekh Assim Al-Hakeem dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official dengan memusatkan perhatian pada humor, argumentasi logis, analogi, adaptasi bahasa, dan interaksi dialogis. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui pengamatan kegiatan, dokumentasi rekaman, transkrip sesi tanya jawab, serta catatan pengamatan langsung. Data dianalisis melalui pengelompokan tema, penyajian deskriptif, dan interpretasi menggunakan kerangka retorika. Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor digunakan untuk mencairkan suasana dan mendukung penyampaian pesan; argumentasi logis digunakan untuk menanggapi generalisasi; analogi menghubungkan gagasan keagamaan dengan pengalaman sehari-hari; sedangkan penggunaan bahasa Inggris dan sesi tanya jawab memperlihatkan orientasi komunikasi kepada audiens. Temuan menunjukkan bahwa gaya retorika dakwah dalam kegiatan ini terbentuk melalui perpaduan dimensi rasional, emosional, dan dialogis.

© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan praktik komunikasi yang menghubungkan pesan keagamaan dengan realitas sosial audiens. Penyampaian pesan dakwah tidak hanya bergantung pada ketepatan materi, tetapi juga pada kemampuan pendakwah membangun argumentasi, memilih bentuk bahasa, serta menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan situasi dan karakteristik pendengar. Dalam konteks tersebut, retorika menjadi unsur penting karena menentukan bagaimana pesan keagamaan disusun, disampaikan, dan dihubungkan dengan pengalaman audiens. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa gaya bahasa, struktur argumentasi, dan kemampuan membangun hubungan komunikatif merupakan bagian dari strategi retorika dalam aktivitas dakwah (Nasution, 2025; Nurdin & Syihabudin, 2024). Perkembangan ruang komunikasi publik dan digital turut memperluas kebutuhan terhadap pendekatan dakwah yang adaptif dan interaktif (Saputra, 2025; Maijar & Fauza, 2026).

Praktik retorika dapat dianalisis melalui konsep ethos, pathos, dan logos yang dikemukakan Aristoteles. Ethos berkaitan dengan kredibilitas dan karakter komunikator, pathos berhubungan dengan pengelolaan emosi audiens, sedangkan logos merujuk pada penalaran dan argumentasi yang digunakan untuk mendukung pesan. Ketiga dimensi tersebut tidak selalu bekerja secara terpisah, tetapi dapat hadir secara bersamaan dalam suatu peristiwa komunikasi. Dalam dakwah, misalnya, pendakwah dapat membangun kedekatan emosional melalui humor, memperjelas pesan melalui analogi, sekaligus

menguatkan penjelasan dengan argumentasi. Kerangka Aristoteles dengan demikian dapat digunakan untuk mengidentifikasi mekanisme retoris yang membentuk penyampaian pesan keagamaan (Muslim, 2022; Huri, 2025; Pramudita et al., 2025).

Salah satu bentuk retorika yang sering dijumpai dalam komunikasi dakwah adalah humor. Humor dapat digunakan untuk mencairkan suasana, menarik perhatian, dan membangun kedekatan antara pendakwah dengan audiens. Hilmi (2019) menjelaskan bahwa humor dapat menjadi bagian dari pesan dakwah, sedangkan Andayani dan Santoso (2023) menunjukkan bahwa humor yang berkaitan dengan materi ceramah dapat berfungsi lebih dari sekadar hiburan. Hidayah dan Muna (2025) juga menempatkan pengemasan pesan secara humoris sebagai salah satu pendekatan untuk menjangkau karakteristik pendengar yang beragam. Meskipun demikian, humor perlu dibedakan dari perangkat penjelasan lainnya, seperti analogi. Suatu perumpamaan tidak serta-merta dapat dikategorikan sebagai humor apabila tidak ditemukan unsur kelucuan, permainan makna, atau respons komikal dalam konteks penyampaiannya. Pembedaan ini penting agar analisis retorika tidak mencampuradukkan fungsi emosional humor dengan fungsi penjelas analogi.

Selain humor, argumentasi logis dan analogi memiliki peran dalam menjelaskan persoalan keagamaan. Argumentasi memungkinkan pendakwah merespons asumsi atau pandangan audiens melalui alasan yang dapat diperiksa secara rasional. Hatta (2024) menunjukkan pentingnya penyusunan argumentasi dan penggunaan contoh dalam penyampaian pesan keagamaan. Sementara itu, analogi dapat menghubungkan gagasan yang abstrak dengan pengalaman konkret yang lebih dekat dengan kehidupan pendengar (Zakaria et al., 2026). Dalam konteks ini, analogi bukan sekadar ilustrasi, melainkan perangkat penalaran yang membantu audiens memahami hubungan antara suatu persoalan dan pesan yang hendak disampaikan. Namun, kekuatan analogi tetap perlu dinilai berdasarkan relevansi hubungan antara objek yang diperbandingkan dan gagasan yang dijelaskan.

Retorika dakwah juga berkaitan dengan pilihan bahasa dan pola interaksi. Penggunaan bahasa tertentu dapat menunjukkan upaya komunikator menyesuaikan penyampaian pesan dengan latar belakang audiens. Sumarni (2023), misalnya, menunjukkan bahwa dakwah berbahasa Inggris membutuhkan penyesuaian bahasa dan diksi agar pesan dapat dikomunikasikan kepada audiens lintas budaya. Di sisi lain, sesi tanya jawab membuka ruang bagi audiens untuk menyampaikan persoalan secara langsung dan memungkinkan pendakwah memberikan tanggapan berdasarkan konteks pertanyaan. Yulianto (2026) menjelaskan bahwa komunikasi dalam forum dakwah menuntut kemampuan pembicara menyusun jawaban, menyampaikan argumentasi, dan membangun hubungan interpersonal. Dengan demikian, komunikasi dakwah dapat berlangsung melalui pola dialogis, bukan hanya melalui penyampaian pesan secara satu arah.

Berbagai penelitian tersebut telah membahas humor, argumentasi, analogi, adaptasi bahasa, dan interaksi dalam komunikasi dakwah. Akan tetapi, aspek-aspek tersebut masih perlu dibaca secara terpadu dalam konteks satu peristiwa dakwah yang memperlihatkan keterkaitan antara strategi emosional, rasional, dan dialogis. Ruang analisis inilah yang menjadi perhatian penelitian ini. Kegiatan Strong Heart by Syabab Official di Makassar menyediakan konteks untuk mengamati praktik retorika Syekh Assim Al-Hakeem melalui sejumlah peristiwa komunikasi, antara lain candaan spontan, penggunaan analogi, ilustrasi argumentatif, pemilihan bahasa Inggris, serta interaksi dalam sesi tanya jawab. Peristiwa-peristiwa tersebut memungkinkan analisis terhadap cara pendakwah mengemas pesan dan merespons persoalan yang disampaikan audiens.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis gaya retorika dakwah Syekh Assim Al-Hakeem dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official, dengan memusatkan perhatian pada lima aspek, yaitu humor, argumentasi logis, analogi, adaptasi bahasa, dan interaksi dialogis. Analisis utama menggunakan kerangka retorika Aristoteles, khususnya ethos, pathos, dan logos, untuk membaca dimensi kredibilitas, emosional, dan rasional dalam tuturan pendakwah. Secara khusus, pemaknaan humor juga dibaca melalui perspektif semiotika Roland Barthes, terutama untuk mengidentifikasi hubungan antara tanda, makna denotatif, konotatif, dan mitos yang mungkin terbentuk dalam permainan bahasa. Penggunaan kedua kerangka tersebut diarahkan untuk memahami fungsi komunikatif setiap peristiwa, bukan untuk mengukur tingkat keberhasilan persuasi atau perubahan sikap audiens. Kontribusi penelitian terletak pada pembacaan terpadu terhadap beberapa strategi retorika dalam satu peristiwa dakwah, sekaligus memperlihatkan perbedaan fungsi antara humor, argumentasi, analogi, pilihan bahasa, dan komunikasi dialogis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Desain tersebut dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam terhadap praktik komunikasi dalam satu kegiatan tertentu, bukan untuk mengukur hubungan antarvariabel atau melakukan generalisasi statistik. Penggunaan pendekatan kualitatif untuk mengkaji tuturan dakwah dan strategi retorika juga ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu yang menganalisis ceramah melalui rekaman, observasi, dan dokumentasi (Muslim, 2022; Hidayah & Muna, 2025; Maijar & Fauza, 2026).

Objek penelitian adalah gaya retorika Syekh Assim Al-Hakeem dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official. Unit analisis mencakup tuturan, humor, analogi, ilustrasi argumentatif, pilihan bahasa, dan pola interaksi dengan audiens. Data diperoleh dari dokumentasi rekaman kegiatan, transkrip sesi tanya jawab, serta catatan pengamatan langsung peneliti. Catatan pengamatan digunakan untuk merekam peristiwa yang tidak seluruhnya tercakup dalam transkrip, termasuk candaan mengenai Americano dan Muslimano serta penjelasan langsung mengenai alasan penggunaan bahasa Inggris. Transkrip otomatis diperlakukan sebagai bahan bantu dan harus diperiksa kembali dengan rekaman asli.

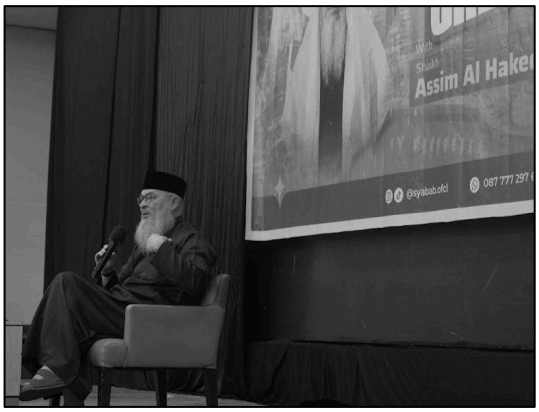
Analisis dilakukan melalui pengelompokan data ke dalam tema humor, argumentasi logis, analogi, adaptasi bahasa, dan interaksi dialogis. Setiap tema dideskripsikan terlebih dahulu berdasarkan peristiwa yang diamati, kemudian ditafsirkan menggunakan konsep retorika ethos, pathos, dan logos. Tahapan pengelompokan, penyajian, dan penarikan kesimpulan sejalan dengan model analisis data kualitatif yang dibahas Qomaruddin dan Sa'diyah (2024), serta digunakan dalam penelitian retorika dakwah berbasis rekaman dan dokumentasi (Nurdin & Syihabudin, 2024; Arpini et al., 2026). Untuk menjaga ketepatan interpretasi, deskripsi data lapangan dipisahkan dari analisis peneliti. Temuan dibatasi pada konteks kegiatan yang diamati dan tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh praktik dakwah Syekh Assim.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Strong Heart Makassar merupakan sebuah agenda keislaman yang diselenggarakan oleh Syabab Official bersama Strong Heart pada 18 Oktober 2026 di Gedung Manunggal, Gedung Balai M. Yusuf, Jalan Jenderal Sudirman, Makassar. Kegiatan ini dikemas dalam tiga rangkaian utama, yaitu Talk, Discussion, dan Showcase, dengan menghadirkan sejumlah tokoh dan narasumber, di antaranya Dr. Maulana La Eda, Kadam Sidik, Dr. Zaidul Akbar, Ustadz Muhammad Fakhrurrazi Anshar, serta Syekh Assim Al Hakeem. Selain kegiatan utama, diselenggarakan pula agenda Meet & Greet bersama Syekh Assim Al Hakeem pada 17 Oktober 2026 di Ballroom Horison Ultima Makassar yang dikhususkan bagi peserta dengan keanggotaan VIP. Rangkaian kegiatan ini menjadi ruang pertemuan, dialog, dan pertukaran gagasan keislaman yang mempertemukan para pendakwah, tokoh, dan masyarakat dalam suasana edukatif serta interaktif.

Syekh Assim Al-Hakeem merupakan seorang pendakwah Islam berkebangsaan Arab Saudi yang lahir pada 1962 di Al-Khobar. Ia menempuh pendidikan sarjana bidang Linguistik di King Abdulaziz University, Jeddah, dan melanjutkan pendidikan keislaman melalui program Higher Diploma in Islamic Studies di Umm Al-Qura University, Makkah. Ia dikenal luas sebagai pendakwah yang aktif menyampaikan kajian Islam dalam bahasa Inggris, baik melalui ceramah, program televisi, maupun platform digital.

Dalam aktivitas dakwahnya, Syekh Assim Al-Hakeem banyak membahas persoalan akidah, tauhid, fikih ibadah, hadis, akhlak, dan kehidupan Muslim kontemporer dengan merujuk pada Al-Qur'an dan Sunnah berdasarkan pemahaman generasi salaf *(al-salaf al-shalih)*. Jangkauan dakwah internasionalnya menjadikannya dikenal oleh masyarakat Muslim di berbagai negara, khususnya kalangan penutur bahasa Inggris. Kehadirannya dalam agenda Strong Heart Makassar menjadi bagian dari upaya menghadirkan tokoh dakwah internasional untuk berbagi pengetahuan, memperluas wawasan keislaman, serta membangun ruang dialog dan penguatan spiritual bagi masyarakat.



Gambar 1. Syekh Assim ketika membawa materi

Humor sebagai Strategi Komunikasi Dakwah

Humor merupakan salah satu strategi retorika yang digunakan Syekh Assim Al-Hakeem dalam membangun suasana komunikasi selama kegiatan Strong Heart by Syabab Official. Penggunaannya memperlihatkan bahwa penyampaian pesan dakwah tidak selalu berlangsung melalui penjelasan normatif dan argumentasi serius, tetapi dapat diselingi permainan bahasa yang bersifat spontan. Salah satu contoh yang muncul dalam interaksi acara adalah ungkapan, "Is it Americano or Muslimano?" Ungkapan tersebut memperlihatkan permainan kata melalui perubahan istilah Americano menjadi Muslimano.

Secara linguistik, humor tersebut dibangun melalui kemiripan bunyi dan struktur kata. Istilah Americano merujuk pada jenis minuman kopi, sedangkan Muslimano merupakan bentuk kata kreatif yang dibangun dengan mengganti unsur awal istilah tersebut menggunakan identitas Muslim. Permainan ini menghasilkan ungkapan yang tidak lazim sehingga membentuk efek humor melalui penyimpangan dari bentuk kata yang umum digunakan. Kelucuannya tidak terutama terletak pada penyampaian materi keagamaan, melainkan pada kreativitas bahasa yang muncul dalam situasi komunikasi sehari-hari.

Dalam perspektif retorika Aristoteles, penggunaan humor dapat dibaca melalui dimensi pathos, yakni upaya menghubungkan tuturan dengan kondisi emosional audiens. Ungkapan ringan tersebut berpotensi mencairkan suasana dan membangun kedekatan komunikatif antara pembicara dan pendengar. Namun, fungsi tersebut perlu dipahami sebagai potensi retoris dari bentuk tuturan, bukan bukti bahwa humor secara langsung meningkatkan penerimaan atau persetujuan audiens. Penilaian mengenai dampak emosionalnya memerlukan data respons audiens yang dapat diamati secara memadai.

Pembacaan semiotika Roland Barthes memberikan sudut pandang tambahan untuk memahami pembentukan makna dalam ungkapan tersebut. Pada tingkat denotatif, Americano menunjuk pada nama minuman kopi, sedangkan Muslimano merupakan bentuk permainan kata yang diciptakan melalui modifikasi istilah. Pada tingkat konotatif, perubahan tersebut menghadirkan asosiasi antara istilah yang dekat dengan budaya konsumsi populer dan identitas keislaman. Permainan bahasa ini mempertemukan dua ranah makna yang berbeda dalam satu ungkapan sehingga menghasilkan efek humor.

Meskipun demikian, pemaknaan pada tingkat mitos perlu dilakukan secara hati-hati. Tidak setiap permainan kata otomatis membentuk mitos dalam pengertian Barthes. Analisis mitos membutuhkan bukti bahwa tanda tersebut mengandung representasi ideologis atau konstruksi makna budaya yang lebih luas. Oleh karena itu, ungkapan Americano or Muslimano lebih kuat dianalisis sebagai permainan tanda dan pembentukan makna konotatif. Penafsiran mengenai mitos tertentu hanya dapat diajukan apabila ditemukan konteks sosial dan ideologis yang mendukungnya.

Penggunaan humor tersebut memperlihatkan bahwa retorika dakwah dapat memanfaatkan bahasa informal dan permainan kata tanpa harus meninggalkan konteks komunikasi keagamaan. Humor berfungsi sebagai selingan komunikatif yang membuat penyampaian pesan tidak sepenuhnya terikat pada pola ceramah formal. Dalam konteks ini, kekuatan retorisnya terletak pada kemampuan pembicara memanfaatkan situasi dan bahasa secara spontan. Dengan demikian, humor dalam dakwah Syekh Assim

dapat dipahami sebagai strategi komunikasi yang berpotensi membangun kedekatan emosional, sekaligus memperlihatkan fleksibilitas pendakwah dalam mengelola interaksi dengan audiens.

Logika dan Argumentasi Rasional dalam Penyampaian Dakwah

Selain menggunakan humor, Syekh Assim Al-Hakeem memperlihatkan penggunaan argumentasi logis dalam merespons persoalan audiens. Hal ini terlihat ketika seorang peserta muda menyampaikan kekhawatirannya terhadap pernikahan karena berbagai persoalan yang kerap terjadi dalam kehidupan rumah tangga, seperti konflik antarpasangan, kesulitan ekonomi, dan perceraian. Menanggapi pertanyaan tersebut, Syekh Assim menggunakan ilustrasi numerik tentang 1.000 pasangan untuk menjelaskan bahwa pengalaman negatif sebagian pasangan tidak dapat dijadikan dasar untuk menilai keseluruhan institusi pernikahan.

Ilustrasi tersebut menunjukkan pola argumentasi yang berangkat dari kecemasan konkret audiens, kemudian diarahkan pada pengujian terhadap generalisasi yang mendasarinya. Alih-alih memberikan anjuran normatif semata, Syekh Assim menyajikan gambaran kuantitatif untuk membantu audiens membedakan pengalaman sebagian pasangan dari realitas pernikahan secara keseluruhan. Dalam kajian argumentasi, penalaran rasional tidak hanya ditentukan oleh bentuk pernyataan, tetapi juga oleh relevansi alasan yang digunakan dalam menjawab persoalan dan keyakinan audiens (Blair, 2012). Dengan demikian, ilustrasi tersebut dapat dipahami sebagai upaya mengarahkan audiens agar meninjau kembali dasar penilaiannya terhadap pernikahan.

Dalam perspektif retorika Aristoteles, strategi tersebut terutama berkaitan dengan dimensi logos, yaitu persuasi melalui penalaran dan penyusunan argumen. Stucki dan Sager (2018) menjelaskan bahwa kerangka retorika Aristotelian dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara logos, ethos, pathos, dan penggunaan bukti dalam pembentukan pesan persuasif. Pada konteks ini, angka 1.000 berfungsi sebagai perangkat ilustratif untuk mengonkretkan persoalan yang abstrak. Namun, penggunaan angka tidak secara otomatis memperkuat validitas suatu argumentasi. Baele et al. (2018) menunjukkan bahwa informasi numerik tidak selalu meningkatkan daya persuasi secara langsung dan tanpa syarat; pengaruhnya bergantung pada konteks komunikasi dan faktor lain, termasuk kredibilitas pembicara.

Secara argumentatif, ilustrasi tersebut dapat dibaca melalui tiga unsur. Pertama, klaim yang dipersoalkan ialah anggapan bahwa keberadaan konflik dan perceraian menjadikan pernikahan secara umum sebagai sesuatu yang patut ditakuti. Kedua, alasan yang diajukan ialah bahwa pengalaman negatif sebagian pasangan tidak cukup untuk mewakili keseluruhan pengalaman dalam kehidupan pernikahan. Ketiga, hubungan penalarannya terletak pada prinsip bahwa penilaian terhadap suatu fenomena tidak semestinya dibangun hanya berdasarkan contoh-contoh negatif yang terbatas. Pola ini memperlihatkan fungsi argumentasi sebagai sarana menguji suatu klaim melalui relevansi alasan yang mendukung atau membatasinya (Blair, 2012).

Meskipun demikian, ilustrasi 1.000 pasangan memiliki keterbatasan apabila diperlakukan sebagai argumentasi berbasis data. Tanpa sumber statistik, metode pengumpulan data, dan informasi mengenai karakteristik pasangan yang dijadikan gambaran, angka tersebut tidak dapat digunakan untuk menyatakan proporsi keberhasilan atau kegagalan pernikahan. Temuan Baele et al. (2018) juga mengingatkan bahwa keberadaan angka dalam komunikasi persuasif tidak dengan sendirinya menjamin kekuatan argumen. Oleh karena itu, ilustrasi tersebut lebih tepat dipahami sebagai contoh retoris untuk mempertanyakan generalisasi yang berlebihan, bukan sebagai bukti empiris mengenai kondisi perkawinan.

Penggunaan argumentasi logis dalam dakwah tidak hanya berfungsi untuk memperkuat substansi pesan, tetapi juga membantu audiens memahami hubungan antara persoalan, alasan, dan kesimpulan yang disampaikan. Baiquni dan Juhardin (2023, hlm. 12–14) memandang logika sebagai instrumen untuk membangun pola pikir yang teratur dan membedakan penalaran yang tepat dari kekeliruan berpikir. Perspektif ini relevan untuk membaca cara Syekh Assim Al-Hakeem merespons pertanyaan audiens melalui penyusunan alasan dan ilustrasi rasional. Dalam konteks tersebut, argumentasi dakwah tidak berhenti pada penyampaian klaim keagamaan, tetapi berupaya menghadirkan dasar penalaran yang memungkinkan audiens memahami pesan secara lebih sistematis.

Dari perspektif komunikasi dakwah, strategi ini memperlihatkan keterkaitan antara logos dan pathos. Penalaran digunakan untuk menata kembali cara pandang audiens, sedangkan respons terhadap kecemasan peserta menunjukkan perhatian terhadap dimensi emosional dalam proses komunikasi.

Rubinelli (2018) menegaskan bahwa logos dan pathos dalam retorika Aristoteles tidak harus dipahami sebagai dua unsur yang saling bertentangan, melainkan dapat bekerja bersama dalam proses persuasi rasional. Meskipun demikian, penelitian ini tidak mengukur perubahan pandangan peserta setelah menerima penjelasan tersebut. Analisis karena itu dibatasi pada fungsi argumentatif dan komunikatif ilustrasi dalam merespons kecemasan audiens.

Analogi sebagai Strategi Penyederhanaan Pesan Keagamaan

Analogi menjadi salah satu perangkat retorika yang digunakan Syekh Assim Al-Hakeem untuk menjelaskan persoalan keagamaan melalui pengalaman yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Penggunaan analogi memungkinkan gagasan yang bersifat abstrak dihubungkan dengan objek atau pengalaman konkret sehingga hubungan antara persoalan dan pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami. Dalam retorika Aristoteles, penggunaan contoh (paradeigma) merupakan salah satu bentuk penalaran induktif yang dapat mendukung argumentasi dalam komunikasi publik (Aristotle, 1924).

Salah satu ilustrasi yang digunakan Syekh Assim adalah perbandingan sushi dan wasabi ketika menjelaskan perbedaan praktik keagamaan. Melalui contoh tersebut, pendakwah menghubungkan pengalaman seseorang ketika berhadapan dengan makanan dan pelengkapnya dengan persoalan perbedaan dalam praktik keagamaan. Analogi ini bekerja dengan memanfaatkan objek yang relatif konkret untuk menjelaskan persoalan yang lebih abstrak. Audiens diajak memahami bahwa keberadaan perbedaan tidak selalu harus direspons melalui penolakan secara menyeluruh, melainkan perlu dilihat berdasarkan karakteristik dan konteks masing-masing.

Secara retoris, analogi sushi dan wasabi dapat dianalisis melalui dua unsur. Pertama, ranah sumber (source domain), yaitu pengalaman mengenai sushi dan wasabi yang menjadi objek perbandingan. Kedua, ranah sasaran (target domain), yaitu persoalan perbedaan praktik keagamaan yang hendak dijelaskan. Hubungan keduanya terletak pada penggunaan pengalaman konkret sebagai sarana untuk memahami persoalan yang lebih kompleks. Dalam perspektif Aristoteles, penggunaan contoh dapat membantu audiens mengikuti penalaran melalui kemiripan antara dua situasi yang diperbandingkan (Aristotle, 1924).

Meskipun demikian, analogi tidak dapat diperlakukan sebagai bukti yang secara otomatis membenarkan kesimpulan. Kemiripan antara dua objek hanya dapat mendukung penjelasan apabila aspek yang diperbandingkan memang relevan dengan persoalan yang dibahas. Perelman dan Olbrechts-Tyteca (1969) menjelaskan bahwa analogi dalam argumentasi bekerja melalui hubungan antara dua relasi yang dianggap memiliki kemiripan. Oleh karena itu, kekuatan analogi sushi dan wasabi bergantung pada ketepatan hubungan yang dibangun antara pengalaman kuliner dan persoalan perbedaan praktik keagamaan. Analogi tersebut berfungsi sebagai perangkat penjelasan, bukan sebagai pengganti argumentasi normatif atau dalil keagamaan.

Contoh lainnya terlihat ketika Syekh Assim merespons pertanyaan mengenai hubungan yang sulit antara anak dan orang tua. Dalam menjelaskan persoalan tersebut, ia menggunakan perbandingan hubungan ibu dan anak untuk menggambarkan pentingnya menjaga akhlak ketika menghadapi perlakuan yang tidak menyenangkan. Perbandingan ini menghubungkan pengalaman relasional dalam keluarga dengan pesan moral mengenai kesabaran, penghormatan, dan tanggung jawab seorang anak terhadap orang tuanya. Dengan menggunakan pengalaman yang dekat dengan kehidupan audiens, pendakwah berusaha mengarahkan pembahasan dari persoalan konflik interpersonal menuju pertimbangan etis dalam hubungan keluarga.

Analogi tersebut memiliki karakter yang berbeda dari contoh sushi dan wasabi. Jika analogi pertama bertumpu pada pengalaman konkret untuk menjelaskan persoalan perbedaan praktik keagamaan, analogi kedua bertumpu pada relasi emosional dan moral dalam keluarga. Penggunaan perbandingan ibu dan anak tidak hanya membantu menjelaskan gagasan, tetapi juga menghadirkan dimensi afektif karena persoalan yang dibicarakan berkaitan dengan hubungan personal. Dalam kerangka retorika Aristoteles, fungsi tersebut dapat dibaca melalui keterkaitan logos dan pathos. Logos tampak pada upaya menjelaskan persoalan melalui perbandingan, sedangkan pathos berkaitan dengan kedekatan emosional yang terkandung dalam pengalaman hubungan keluarga.

Namun, pesan mengenai kewajiban menjaga akhlak terhadap orang tua tetap perlu dibaca secara proporsional. Menjaga penghormatan dan perilaku baik tidak berarti mengabaikan persoalan kekerasan, ketidakadilan, atau perlakuan yang membahayakan. Analogi dalam konteks ini perlu dipahami sebagai penjelasan mengenai tanggung jawab moral, bukan pembenaran terhadap setiap

bentuk perlakuan orang tua. Batas interpretasi tersebut penting agar pesan dakwah tidak dipahami secara simplistis dan tetap mempertimbangkan kompleksitas hubungan keluarga.

Kedua contoh tersebut memperlihatkan bahwa analogi memiliki fungsi retoris sebagai jembatan antara pengalaman konkret dan gagasan keagamaan. Analogi sushi dan wasabi digunakan untuk membantu menjelaskan persoalan perbedaan praktik, sedangkan perbandingan ibu dan anak digunakan untuk menguraikan persoalan moral dalam hubungan keluarga. Keduanya menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah dapat memanfaatkan pengalaman sehari-hari sebagai sarana penalaran dan pendekatan emosional. Dengan demikian, analogi dalam retorika Syekh Assim tidak hanya berfungsi sebagai ilustrasi, tetapi juga sebagai strategi untuk menghubungkan persoalan audiens dengan pesan yang hendak disampaikan.

Adaptasi Bahasa dalam Dakwah Lintas Budaya

Pilihan bahasa merupakan salah satu aspek penting dalam strategi retorika dakwah Syekh Assim Al-Hakeem. Dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official, penggunaan bahasa Inggris menjadi karakteristik komunikasi yang menonjol. Pilihan tersebut memperlihatkan bahwa penyampaian pesan keagamaan tidak hanya berkaitan dengan substansi materi, tetapi juga dengan pertimbangan mengenai bahasa yang digunakan untuk menjangkau audiens. Dalam komunikasi publik, bahasa berfungsi sebagai sarana penyampaian gagasan sekaligus instrumen untuk membangun hubungan antara pembicara dan pendengar.

Aspek tersebut memperoleh konteks yang lebih jelas melalui interaksi langsung antara peneliti dan Syekh Assim mengenai alasan penggunaan bahasa Inggris. Dalam kesempatan tersebut, Syekh Assim menjelaskan bahwa bahasa Inggris dipilih karena dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan lebih banyak orang di berbagai belahan dunia, termasuk kalangan yang tidak memiliki latar belakang keagamaan tertentu maupun mereka yang berasal dari bidang keilmuan yang berbeda. Penjelasan ini menunjukkan bahwa pemilihan bahasa didasarkan pada pertimbangan jangkauan komunikasi dan kemungkinan keterpahaman pesan oleh audiens yang beragam. Keterangan tersebut merupakan alasan yang disampaikan langsung oleh narasumber, sehingga perlu diposisikan sebagai perspektif komunikator, bukan sebagai bukti bahwa seluruh audiens global memiliki kemampuan memahami bahasa Inggris.

Fenomena ini dapat dianalisis melalui pendekatan audience design yang dikembangkan Bell (1984). Pendekatan tersebut menjelaskan bahwa variasi gaya bahasa berkaitan dengan orientasi pembicara terhadap audiens yang dihadapi. Dalam konteks kegiatan Strong Heart, penggunaan bahasa Inggris dapat dipahami sebagai pilihan komunikatif yang diarahkan pada audiens dengan latar belakang yang beragam. Pembicara tidak hanya mempertimbangkan identitas dan kebiasaan bahasanya sendiri, tetapi juga kemungkinan jangkauan pesan kepada pendengar yang hadir maupun khalayak yang lebih luas.

Selain itu, fenomena tersebut dapat dikaitkan dengan teori akomodasi komunikasi (Communication Accommodation Theory) yang dikembangkan dalam kajian Howard Giles. Teori ini menjelaskan bagaimana individu menyesuaikan perilaku komunikasinya dalam interaksi sosial, termasuk melalui pilihan bahasa dan gaya berbicara (Giles & Ogay, 2007). Dalam konteks dakwah, penyesuaian bahasa dapat menjadi strategi untuk mengurangi hambatan komunikasi dan membangun kedekatan dengan audiens. Namun, penggunaan bahasa Inggris dalam kegiatan ini tidak dengan sendirinya membuktikan terjadinya akomodasi terhadap seluruh karakteristik peserta. Analisis tersebut lebih tepat diarahkan pada pilihan bahasa sebagai bentuk orientasi komunikatif terhadap audiens yang dipersepsikan beragam.

Dalam perspektif retorika Aristoteles, adaptasi bahasa dapat mendukung penyampaian logos karena pilihan bahasa berpengaruh terhadap bagaimana argumentasi dan penjelasan dipahami oleh pendengar. Penggunaan bahasa yang dapat diakses oleh audiens memungkinkan pesan disampaikan dalam bentuk yang lebih komunikatif. Akan tetapi, pilihan bahasa juga memiliki keterbatasan. Bahasa Inggris dapat memperluas jangkauan komunikasi bagi sebagian pendengar, tetapi berpotensi menjadi hambatan bagi mereka yang tidak memiliki kemampuan bahasa Inggris yang memadai. Dengan demikian, jangkauan bahasa secara internasional tidak selalu identik dengan keterpahaman universal.

Pilihan bahasa Syekh Assim memperlihatkan bahwa retorika dakwah melibatkan pertimbangan linguistik yang berkaitan dengan karakteristik audiens dan tujuan komunikasi. Penggunaan bahasa Inggris dalam kegiatan Strong Heart dapat dipahami sebagai strategi untuk memperluas kemungkinan

komunikasi lintas latar belakang. Temuan ini menempatkan adaptasi bahasa sebagai bagian dari praktik retorika yang tidak hanya berhubungan dengan cara pesan disusun, tetapi juga dengan bagaimana pembicara mempertimbangkan saluran linguistik dalam menyampaikan pesan keagamaan.

Interaksi Dialogis dan Kedekatan dengan Audiens

Interaksi dialogis merupakan salah satu karakteristik retorika dakwah Syekh Assim Al-Hakeem dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official. Berbeda dari penyampaian materi secara monologis, sesi tanya jawab memberikan kesempatan kepada audiens untuk mengemukakan persoalan berdasarkan pengalaman dan kebutuhan mereka. Dalam konteks ini, komunikasi dakwah berlangsung melalui pertukaran pesan antara pembicara dan pendengar. Pendakwah tidak hanya menyampaikan materi yang telah disiapkan, tetapi juga merespons pertanyaan yang muncul secara langsung selama kegiatan berlangsung.

Berdasarkan dokumentasi kegiatan, terdapat beberapa tema yang muncul dalam sesi tanya jawab, antara lain persoalan pernikahan, perbedaan praktik keagamaan, hubungan anak dan orang tua, serta pertimbangan antara melaksanakan umrah dan membantu sesama. Keragaman tema tersebut memperlihatkan bahwa audiens membawa persoalan yang tidak hanya bersifat teologis, tetapi juga berkaitan dengan kehidupan sosial, keluarga, dan pengambilan keputusan sehari-hari. Setiap pertanyaan menghadirkan konteks tersendiri sehingga membutuhkan bentuk respons yang disesuaikan dengan substansi persoalan.

Dalam perspektif dialogisme Bakhtin (1981), tuturan tidak berdiri sebagai pernyataan yang terpisah dari konteks sosial, melainkan berhubungan dengan tuturan lain yang mendahului dan meresponsnya. Perspektif ini membantu menjelaskan bahwa jawaban pendakwah dalam sesi tanya jawab tidak dapat dipahami hanya berdasarkan isi kalimatnya, tetapi juga harus dikaitkan dengan pertanyaan yang menjadi pemicunya. Dengan demikian, makna suatu jawaban terbentuk melalui hubungan antara persoalan yang diajukan audiens, respons pembicara, dan konteks komunikasi yang melingkupinya.

Karakter dialogis tersebut juga dapat dibaca melalui kerangka retorika Aristoteles. Dimensi logos tampak ketika pendakwah menyusun penjelasan dan alasan untuk menjawab persoalan audiens. Dimensi ethos berkaitan dengan bagaimana pembicara menampilkan karakter dan pertimbangan moral melalui cara merespons pertanyaan. Sementara itu, dimensi pathos dapat muncul ketika jawaban mempertimbangkan kondisi emosional atau pengalaman personal penanya. Ketiga dimensi tersebut memungkinkan analisis terhadap jawaban pendakwah secara lebih menyeluruh, tanpa harus mengasumsikan bahwa setiap respons selalu mengandung ketiganya dalam kadar yang sama (Aristotle, 1924).

Salah satu karakter penting dalam interaksi tersebut adalah keterkaitan antara persoalan individual dan pesan keagamaan yang lebih luas. Pertanyaan mengenai hubungan anak dan orang tua, misalnya, menghadirkan persoalan moral yang dekat dengan pengalaman keluarga. Sementara itu, pertanyaan mengenai prioritas antara melaksanakan umrah dan membantu sesama mengarahkan pembicaraan pada pertimbangan nilai dan tanggung jawab sosial. Perbedaan tema ini memperlihatkan bahwa sesi tanya jawab menyediakan ruang bagi pendakwah untuk menghubungkan prinsip keagamaan dengan situasi konkret yang dihadapi audiens. Namun, penilaian terhadap ketepatan jawaban tetap harus didasarkan pada isi tuturan dan konteks pertanyaan, bukan semata-mata pada posisi pembicara sebagai pendakwah.

Dari sisi fungsi retorika, interaksi dialogis memungkinkan terjadinya penyesuaian pesan berdasarkan kebutuhan komunikasi yang muncul selama kegiatan. Pertanyaan audiens menjadi konteks yang mengarahkan fokus jawaban, sedangkan pendakwah menggunakan penjelasan, ilustrasi, atau argumentasi untuk merespons persoalan tersebut. Pola ini memperlihatkan bahwa komunikasi dakwah tidak sepenuhnya bersifat linear, melainkan melibatkan hubungan timbal balik antara komunikator dan komunikan. Meskipun demikian, keberadaan sesi tanya jawab belum cukup untuk membuktikan bahwa seluruh audiens memperoleh pemahaman yang sama atau mengalami perubahan sikap setelah mendengarkan jawaban.

Interaksi dialogis dalam kegiatan Strong Heart dengan demikian dapat dipahami sebagai strategi retorika yang memberikan ruang bagi pertukaran persoalan dan penjelasan keagamaan secara langsung. Melalui sesi tanya jawab, pendakwah berhadapan dengan persoalan yang beragam dan dituntut menyusun respons sesuai konteksnya. Praktik ini memperlihatkan bahwa retorika dakwah tidak

hanya ditentukan oleh kemampuan menyampaikan materi secara sistematis, tetapi juga oleh kemampuan mendengarkan, memahami pertanyaan, dan merumuskan jawaban yang relevan dengan persoalan audiens.

Integrasi Humor, Logika, dan Adaptasi Komunikasi

Kelima dimensi yang telah dibahas memperlihatkan bahwa retorika dakwah Syekh Assim Al-Hakeem dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official dibangun melalui kombinasi strategi emosional, rasional, linguistik, dan dialogis. Setiap strategi memiliki fungsi komunikatif yang berbeda, tetapi dapat saling melengkapi dalam proses penyampaian pesan keagamaan. Humor digunakan melalui permainan bahasa untuk membangun suasana komunikasi, argumentasi logis digunakan untuk merespons persoalan audiens, analogi membantu menjelaskan gagasan melalui pengalaman konkret, adaptasi bahasa berkaitan dengan jangkauan komunikasi, sedangkan interaksi dialogis menyediakan ruang bagi pertukaran pertanyaan dan jawaban.

Dalam kerangka retorika Aristoteles, praktik tersebut dapat dipahami melalui keterkaitan ethos, pathos, dan logos. Dimensi pathos terlihat terutama dalam penggunaan humor dan pendekatan emosional melalui analogi hubungan ibu dan anak. Strategi tersebut menghadirkan unsur kedekatan emosional dalam penyampaian pesan. Sementara itu, logos tampak melalui penggunaan ilustrasi numerik mengenai 1.000 pasangan serta analogi sushi dan wasabi yang digunakan untuk menjelaskan persoalan melalui perbandingan. Adapun ethos dapat ditelaah melalui cara pembicara merespons pertanyaan dan menampilkan pertimbangan moral dalam komunikasi. Namun, kredibilitas pembicara tidak dapat dinilai hanya berdasarkan gaya penyampaian, melainkan juga perlu mempertimbangkan kompetensi, konsistensi, dan substansi argumentasinya (Aristotle, 1924).

Keterkaitan antardimensi tersebut menunjukkan bahwa strategi retorika tidak selalu dapat dipisahkan secara tegas ke dalam satu kategori. Analogi hubungan ibu dan anak, misalnya, dapat memuat unsur penalaran sekaligus pendekatan emosional. Demikian pula sesi tanya jawab dapat menghadirkan logos melalui argumentasi, pathos melalui respons terhadap persoalan personal, dan ethos melalui cara pembicara menampilkan sikap dalam interaksi. Dengan demikian, ketiga dimensi retorika Aristoteles lebih tepat digunakan sebagai perangkat analisis yang saling berhubungan daripada sebagai kategori yang sepenuhnya terpisah.

Di luar ketiga dimensi tersebut, penggunaan bahasa Inggris memperlihatkan bahwa strategi retorika juga berkaitan dengan pertimbangan linguistik dan orientasi terhadap audiens. Pilihan bahasa dapat memengaruhi aksesibilitas pesan serta membentuk kondisi komunikasi antara pembicara dan pendengar. Hal ini memperluas pembacaan retorika dari sekadar struktur persuasi menuju praktik komunikasi yang mempertimbangkan karakteristik audiens. Meskipun demikian, penggunaan bahasa Inggris tidak secara otomatis menjamin keterpahaman seluruh peserta karena kemampuan linguistik audiens dapat berbeda-beda.

Secara keseluruhan, praktik retorika Syekh Assim memperlihatkan hubungan antara pengelolaan emosi, penyusunan penalaran, penggunaan pengalaman konkret, pilihan bahasa, dan respons terhadap audiens. Humor tidak hanya berfungsi sebagai selingan, analogi tidak hanya menjadi ilustrasi, dan sesi tanya jawab tidak hanya menjadi pelengkap acara. Ketiganya merupakan bagian dari praktik komunikasi yang membentuk cara pesan keagamaan disampaikan dalam situasi tertentu. Temuan ini menempatkan retorika dakwah sebagai praktik komunikatif yang bersifat kontekstual, yaitu strategi penyampaian pesan yang dibentuk melalui hubungan antara pembicara, materi, bahasa, dan audiens.

Tabel 1 Pemetaan Gaya Retorika Dakwah Syekh Assim Al-Hakeem dalam Strong Heart Makassar

No.	Aspek Retorika	Data Pengamatan	Analisis	Konsep Teoritis
1	Humor spontan	Candaan "Americano or Muslimano?" ketika seseorang membawakan kopi.	Mencairkan suasana dan membangun kedekatan dengan audiens	Pathos

2	Humor dalam Materi	Analogi sushi dan wasabi ketika menjelaskan perbedaan praktik keagamaan.	Menyampaikan pesan penerimaan terhadap perbedaan melalui ilustrasi keseharian.	Pathos dan Logos
3	Argumentasi Logis	Ilustrasi seribu pasangan untuk menanggapi kekhawatiran mengenai perceraian	Mengoreksi generalisasi berdasarkan contoh negatif yang menonjol.	Logos
4	Analogi	Perbandingan hubungan ibu dan anak untuk menjelaskan ujian dalam mempertahankan akhlak.	Menghubungkan prinsip moral dengan pengalaman kehidupan keluarga.	Logos dan Pathos
5	Adaptasi Bahasa	Penggunaan bahasa Inggris dalam penyampaian materi dan interaksi	Memperluas jangkauan komunikasi kepada audiens lintas budaya.	Ethos dan Pathos
6	Interaksi Dialogis	Sesi tanya jawab mengenai pernikahan, keluarga, perbedaan ibadah, dan umrah.	Memberikan ruang bagi audiens untuk menyampaikan persoalan dan memperoleh tanggapan langsung	Ethos, Pathos dan Logos

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya retorika Syekh Assim Al-Hakeem dalam kegiatan Strong Heart by Syabab Official memperlihatkan integrasi humor, argumentasi logis, analogi, adaptasi bahasa, dan interaksi dialogis. Humor digunakan untuk mencairkan suasana sekaligus mendukung penyampaian pesan; argumentasi logis membantu menanggapi generalisasi; analogi menghubungkan gagasan keagamaan dengan pengalaman sehari-hari; sedangkan penggunaan bahasa Inggris dan sesi tanya jawab menunjukkan perhatian terhadap karakteristik audiens. Temuan ini memperlihatkan bahwa retorika dakwah dalam kegiatan tersebut dapat dibaca melalui perpaduan dimensi rasional, emosional, dan komunikatif. Karena penelitian terbatas pada satu kegiatan dan tidak mengukur respons audiens secara sistematis, kesimpulan mengenai efektivitas persuasinya perlu diuji melalui penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Andayani, A., & Santoso, B. R. (2023). Unification of humor in da'wah: Da'wah bil-lisan KH. Anwar Zahid. Dakwah: Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan, 27(2), 244–260.

Aristotle. (1924). Rhetoric (W. Rhys Roberts, Trans.). Clarendon Press.

Arpini, S., Aminullah, M., & Chairawati, F. (2026). Analisis retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki di TikTok: Studi pada mahasiswa UIN Ar-Raniry. Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, 8(2).

Baiquni, A., & Juhardin. (2023). Satu kalimat: Kenalkan Allah dengan logika. Harfa Creative.

Baele, S. J., Coan, T. G., & Sterck, O. C. (2018). Security through numbers? Experimentally assessing the impact of numerical arguments in security communication. The British Journal of Politics and International Relations, 20(2), 459–476.

Bakhtin, M. M. (1981). The dialogic imagination: Four essays (M. Holquist, Ed.; C. Emerson & M. Holquist, Trans.). University of Texas Press.

Barthes, R. (1967). Elements of semiology (A. Lavers & C. Smith, Trans.). Jonathan Cape.

Barthes, R. (1972). Mythologies (A. Lavers, Trans.). Hill and Wang.

Bell, A. (1984). Language style as audience design. Language in Society, 13(2), 145–204.

Blair, J. A. (2012). Argumentation as rational persuasion. Argumentation, 26(1), 71–81.

Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. The Qualitative Report, 13(4), 544–559.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101.

Giles, H., & Ogay, T. (2007). Communication accommodation theory. In B. B. Whaley & W. Samter (Eds.), Explaining communication: Contemporary theories and exemplars (pp. 293–310). Lawrence Erlbaum Associates.

Hatta, F. A. (2024). Struktur argumentasi dakwah Quraish Shihab berjudul "Hakikat akal dalam Islam". Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 3(1).

Hidayah, S., & Muna, A. C. (2025). Memecah kebuntuan dakwah formal: Artikulasi implisit pesan ayat-ayat Al-Qur'an dalam dakwah humoris Ning Umi Laila. Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 16(1).

Hilmi, M. (2019). Humor dalam pesan dakwah. Jurnal Ilmu Dakwah, 38(1), 87–110.

Huri, V. S. (2025). Etos, patos, logos sebagai elemen dasar retorika. Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting, 7(2).

Maijar, A., & Fauza, L. (2026). Two rhetorical models for digital da'wah to youth: A comparative study of Habib Ja'far and Ustadz Hanan Attaki on YouTube. Interaksi: Jurnal Komunikasi, 6(1).

Muslim, A. (2022). Retorika dakwah Ustaz Adi Hidayat di channel YouTube Adi Hidayat Official: Analisis teori retorika Aristoteles. Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) DIKSI, 1(2), 135–145.

Nasution, N. R. (2025). Retorika: Dari filsafat Yunani menuju komunikasi dakwah modern. Prophetica: Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting, 7(2).

Nurdin, N. A., & Syihabudin, Z. (2024). Analisis kritis terhadap penerapan gaya bahasa pada retorika dakwah Ustaz Subhan Bawazier di Instagram. Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 4(1).

Perelman, C., & Olbrechts-Tyteca, L. (1969). The new rhetoric: A treatise on argumentation (J. Wilkinson & P. Weaver, Trans.). University of Notre Dame Press.

Pramudita, D. V., Hutapea, A. E. M., & Irwansyah. (2025). A systematic literature review: Ethos, pathos, logos dalam komunikasi publik pidato. Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora, 8(2).

Qomaruddin, Q., & Sa'diyah, H. (2024). Kajian teoritis tentang teknik analisis data dalam penelitian kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. Journal of Management, Accounting, and Administration, 1(2), 77–84.

Rubinelli, S. (2018). Logos and pathos in Aristotle's Rhetoric: A journey into the role of emotions in rational persuasion in rhetoric. Revue Internationale de Philosophie, 72(4), 361–374.

Saputra, W. (2025). Konstruksi retorika dakwah KH. Zainuddin MZ di media sosial dalam bingkai The Five Canons of Rhetoric. Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 5(2), 115–129.

Stucki, I., & Sager, F. (2018). Aristotelian framing: Logos, ethos, pathos and the use of evidence in policy frames. Policy Sciences, 51(3), 373–385.

Sumarni. (2023). Strategi komunikasi dakwah berbahasa Inggris pada media sosial: Analisis konten da'I muda Indonesia. Alacrity: Journal of Education, 3(3).

Walter, N., Cody, M. J., Xu, L. Z., & Murphy, S. T. (2018). A priest, a rabbi, and a minister walk into a bar: A meta-analysis of humor effects on persuasion. Human Communication Research, 44(4), 343–373.

Yulianto, H. B. (2026). Strategi merespons pertanyaan dalam seminar dakwah oleh Ustaz Zakir Naik. Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, 4(1).

Zakaria, Z., Hudri, M., & Nisa, P. K. (2026). Analogi sebagai kekuatan dakwah KH. Zaenuddin MZ: Penerapan model rhetorical discourse analysis Bitzer. Dakwah: Jurnal Dakwah dan Kemasyarakatan, 29(2).