

Retorika Profetik dalam Dakwah Ustaz Abdul Somad HARTA HANYALAH TITIPAN, SUDAHKAH KAMU BERQURBAN? di Youtube

Kurniati Ramadhani Lizri ^{1*}, Rhani Febria ²

¹ Universitas Islam Riau

² Universitas Islam Riau

*Penulis Korespondensi: kurniatiiramadhanilizri@student.uir.ac.id, ghanifebria@edu.uir.ac.id

Abstract. *This study aims to describe and analyze the use of rhetoric in Ustaz Abdul Somad's lecture entitled "TREASURE IS ONLY A TRUSTED DEPOSITION, HAVE YOU SACRIFICED?" through an Aristotelian rhetorical approach that includes ethos, pathos, and logos as well as prophetic rhetoric that includes humanization, liberation, and transcendence. This study uses a descriptive qualitative approach with data sources in the form of lecture transcripts obtained from YouTube videos then analyzed using the Miles and Huberman model, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that the ethos element in the lecture appears through the use of authoritative scientific sources such as the Qur'an, hadith, and the opinions of scholars thereby increasing the credibility of the lecturer. The pathos element is seen from the use of emotional language that is able to arouse feelings of gratitude, emotion, fear, and responsibility in the audience. Meanwhile, logos is found through rational argumentation, cause-and-effect relationships, and the delivery of systematic and applicable solutions. From the perspective of prophetic rhetoric, humanization is reflected through the strengthening of humanitarian values within the family and society. Liberation is seen through criticism of social deviations and negligence of responsibility, while transcendence is seen through the affirmation of divine values and awareness of monotheism. This study concludes that Ustaz Abdul Somad's sermons contain a blend of Aristotelian and prophetic rhetoric that complement each other in constructing a persuasive, emotional, rational, and transformative da'wah message.*

Keywords: *rhetoric, da'wah, Aristotle, prophetic, Ustaz Abdul Somad*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penggunaan retorika dalam ceramah Ustaz Abdul Somad berjudul "HARTA HANYALAH TITIPAN, SUDAHKAH KAMU BERQURBAN?" melalui pendekatan retorika Aristoteles yang meliputi ethos, pathos, dan logos serta retorika profetik yang mencakup humanisasi, liberasi, dan transendensi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sumber data berupa transkrip ceramah yang diperoleh dari video YouTube kemudian dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur ethos dalam ceramah tampak melalui penggunaan sumber keilmuan yang otoritatif seperti Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama sehingga meningkatkan kredibilitas penceramah. Unsur pathos terlihat dari penggunaan bahasa emosional yang mampu membangkitkan rasa syukur, haru, takut, dan tanggung jawab audiens. Sementara itu, logos ditemukan melalui argumentasi rasional, hubungan sebab-akibat, serta penyampaian solusi yang sistematis dan aplikatif. Dalam perspektif retorika profetik, humanisasi tercermin melalui penguatan nilai kemanusiaan dalam keluarga dan masyarakat, liberasi terlihat dari kritik terhadap penyimpangan sosial dan kelalaian tanggung jawab, sedangkan transendensi tampak melalui penegasan nilai ketuhanan dan kesadaran tauhid. Penelitian ini menyimpulkan bahwa ceramah Ustaz Abdul Somad mengandung perpaduan retorika Aristoteles dan retorika profetik yang saling melengkapi dalam membangun pesan dakwah yang persuasif, emosional, rasional, sekaligus transformatif.

Kata kunci: retorika, dakwah, Aristoteles, profetik, Ustaz Abdul Somad

1. LATAR BELAKANG

Dalam kehidupan umat Islam, dakwah menjadi salah satu kegiatan penting yang berfungsi menyampaikan pesan-pesan keislaman sebagai pedoman dalam berpikir, bersikap, dan bertindak. Dakwah adalah aktivitas menyampaikan nilai-nilai Islam kepada

umat (Karimullah, 2022) Dalam pelaksanaannya, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai media pembentukan nilai, sikap, dan perilaku sosial masyarakat (Fatimah et al., 2023). Salah satu metode dakwah yang paling banyak digunakan ialah ceramah karena memungkinkan seorang dai menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara langsung kepada khalayak dengan bahasa yang komunikatif dan persuasif. Oleh sebab itu, efektivitas ceramah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan penceramah dalam menggunakan bahasa, membangun hubungan dengan audiens, serta memengaruhi cara berpikir dan perilaku pendengarnya.

Dalam kajian komunikasi dakwah, keberhasilan penyampaian ceramah sangat dipengaruhi oleh kemampuan retorika seorang pendakwah. Retorika dipahami sebagai seni menggunakan bahasa secara efektif untuk memengaruhi, meyakinkan, dan menggerakkan audiens. Aristoteles menjelaskan bahwa komunikasi persuasif dibangun oleh tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* merujuk pada kredibilitas, karakter, dan otoritas pembicara yang mampu menumbuhkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Hamidha & Mujiyanto, 2025). *Pathos* berkaitan dengan kemampuan pembicara membangkitkan emosi audiens, seperti empati, harapan, semangat, maupun rasa takut (Karima & Yuliarti, 2024). Sementara itu, *logos* berhubungan dengan penggunaan argumentasi yang rasional, logis, dan didukung oleh bukti yang meyakinkan. Ketiga unsur tersebut saling melengkapi dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Dalam konteks dakwah, seorang pendakwah yang memiliki kredibilitas yang baik, mampu menyentuh aspek emosional jamaah, serta menyampaikan argumentasi yang logis dan berbasis dalil akan lebih mudah memengaruhi pemahaman dan perilaku audiens.

Selain retorika Aristoteles, perkembangan kajian dakwah juga melahirkan konsep retorika profetik. Retorika profetik merupakan pendekatan komunikasi yang mengintegrasikan unsur retorika dan nilai-nilai profetik (Munawwaroh & Hardiyanto, 2025). Retorika profetik berakar pada pemikiran Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Konsep ini berlandaskan pada QS. Ali Imran ayat 110 yang memuat tiga nilai utama, yakni humanisasi (*amar ma'ruf*), liberasi (*nahi munkar*), dan transendensi (*tu'minuna billah*) (Wulandari & Hardiyanto, 2025). Humanisasi menekankan upaya memanusiakan manusia serta menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Liberasi mengandung makna pembebasan manusia dari berbagai bentuk kemungkaran, ketidakadilan, dan keterbelakangan sosial. Sementara itu, transendensi berorientasi pada penguatan keimanan dan kedekatan manusia dengan Allah Swt. Jika retorika Aristoteles lebih berfokus pada efektivitas persuasi, retorika profetik memperluas fungsi komunikasi menjadi sarana perubahan moral, sosial, dan spiritual masyarakat.

Salah satu tokoh dakwah yang berpengaruh di Indonesia adalah Ustaz Abdul Somad. Ia dikenal sebagai pendakwah yang memiliki penguasaan ilmu agama yang mendalam serta kemampuan komunikasi yang baik dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Latar belakang pendidikan keislamannya yang kuat menjadikan ceramah-ceramahnya kaya akan referensi Al-Qur'an, hadis, fikih, dan sejarah Islam sehingga mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap praktik dakwah di Indonesia. Teknologi informasi yang semakin berkembang mendukung penyebaran informasi dan pelaksanaan dakwah secara lebih

efektif (Ulfa & Zuhriyah, 2025). Perkembangan teknologi, khususnya YouTube, turut meningkatkan popularitas Ustaz Abdul Somad. Ceramah-ceramahnya banyak diakses karena disampaikan dengan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami. Selain itu, ia mampu mengombinasikan dalil keagamaan, kisah para nabi, humor, serta fenomena sosial yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Karakteristik tersebut membuat ceramahnya tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan edukatif. Keunikan ceramah Ustaz Abdul Somad terletak pada kemampuannya mengintegrasikan ayat Al-Qur'an, hadis, pendapat ulama, kisah para nabi, humor, dan fenomena sosial ke dalam satu kesatuan pesan dakwah yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Karakteristik tersebut menunjukkan adanya perpaduan antara aspek intelektual, emosional, dan spiritual dalam penyampaian pesan dakwahnya.

Pentingnya retorika dalam dakwah telah dibuktikan melalui sejumlah penelitian terdahulu. Fauziah et al. (2024) dalam penelitian yang berjudul *Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video YouTube "Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?"*: *Kajian Retorika Aristoteles* menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik analisis isi terhadap video ceramah yang diunggah melalui YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustaz Hanan Attaki mampu menerapkan prinsip-prinsip retorika Aristoteles secara efektif melalui tahapan *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, dan *pronuntiatio*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan penceramah dalam menyusun pesan secara sistematis, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta membangun kedekatan emosional dengan audiens.

Kajian mengenai retorika profetik dalam dakwah digital telah dilakukan oleh Munawaroh dan Hardiyanto (2025) melalui penelitian berjudul *Retorika Profetik dalam Dakwah Gus Miftah pada Channel YouTube Gus Miftah Official*. Penelitian tersebut menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan dokumentasi terhadap sejumlah video dakwah yang diunggah pada kanal YouTube tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika profetik dalam dakwah Gus Miftah mengandung enam unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, *logos*, *humanisasi*, *liberasi*, dan *transendensi*. Unsur *ethos* terlihat dari kredibilitas dan sikap toleran penceramah, *pathos* tampak melalui penggunaan humor dan pendekatan emosional yang mampu menarik perhatian audiens, sedangkan *logos* diwujudkan dalam argumentasi yang logis dan didukung oleh dalil keagamaan. Nilai *humanisasi* tercermin melalui ajakan untuk menghargai sesama manusia, *liberasi* melalui dorongan untuk melepaskan diri dari pola pikir yang sempit, dan *transendensi* melalui penguatan hubungan spiritual dengan Tuhan. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa retorika profetik menjadikan dakwah tidak hanya bersifat persuasif dan komunikatif, tetapi juga transformatif.

Penelitian Sampurna dan Hardiyanto (2025) yang berjudul *Retorika Profetik pada Ceramah Keagamaan di Kampung-Kampung (Studi Kasus di Desa Beji, Kecamatan Pandanarum)* menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji penerapan retorika profetik dalam ceramah keagamaan masyarakat pedesaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ceramah mengandung nilai *humanisasi*, *liberasi*, dan *transendensi* yang berfungsi membangun kesadaran sosial, moral, dan spiritual masyarakat. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa retorika profetik mampu menjadikan ceramah sebagai sarana transformasi sosial dan keagamaan. Penelitian ini relevan karena sama-sama mengkaji retorika profetik, namun berbeda pada objek penelitian, yaitu ceramah Ustaz Abdul

Somad di YouTube yang dianalisis melalui perpaduan retorika profetik dan retorika Aristoteles (*ethos*, *pathos*, dan *logos*).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dipahami bahwa retorika profetik merupakan pengembangan dari konsep retorika Aristoteles. Apabila Aristoteles menitikberatkan pada aspek persuasi melalui *ethos*, *pathos*, dan *logos*, maka retorika profetik memperluas orientasi komunikasi menuju pembentukan nilai kemanusiaan, pembebasan sosial, dan penguatan spiritualitas. Dengan demikian, analisis retorika profetik memungkinkan peneliti untuk mengkaji tidak hanya cara penyampaian pesan, tetapi juga nilai-nilai perubahan sosial dan religius yang terkandung di dalamnya.

Meskipun berbagai penelitian mengenai retorika dakwah telah dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada retorika Aristoteles atau retorika profetik secara terpisah. Penelitian Fauziah et al. (2024) lebih menekankan analisis retorika Aristoteles dalam konteks dakwah digital, sedangkan penelitian Munawaroh dan Hardiyanto (2025) mengkaji penerapan retorika profetik dalam dakwah Gus Miftah, dan penelitian Sampurna dan Hardiyanto (2025) mengkaji penerapan retorika profetik dalam ceramah keagamaan masyarakat pedesaan.. Hingga saat ini, penelitian yang secara khusus mengkaji retorika profetik dalam ceramah Ustaz Abdul Somad, terutama ceramah bertema Iduladha yang sarat dengan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk-bentuk retorika profetik dalam ceramah Ustaz Abdul Somad. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian retorika dakwah, komunikasi Islam, dan retorika profetik di era digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena data yang dianalisis berupa tuturan dan uraian verbal, bukan data yang berbentuk angka. Data penelitian diperoleh dari tuturan lisan Ustaz Abdul Somad dalam video ceramah berjudul *HARTA HANYALAH TITIPAN, SUDAHKAH KAMU BERQURBAN?* yang diunggah di YouTube dan kemudian ditranskripsikan ke dalam bentuk teks. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan retorika profetik yang memadukan teori retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*, dengan retorika profetik Kuntowijoyo yang meliputi humanisasi, liberasi, dan transendensi.

Sumber data merujuk pada asal informasi atau subjek permasalahan. Hal ini sejalan dengan Arikunto (dalam Nuryanti et al., 2020) Sumber data adalah objek atau lokasi dari mana data tersebut diperoleh atau yang menjadi fokus penelitian. Sumber data dalam penelitian ini data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer berupa transkrip ceramah Ustaz Abdul Somad, sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari berbagai referensi seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian.

Data penelitian dikumpulkan melalui teknik observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara menyimak dan mengamati secara cermat video ceramah Ustaz Abdul Somad yang menjadi objek penelitian untuk mengidentifikasi retorika profetik yang terkandung di dalamnya. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengunduh, mencatat, dan mentranskripsikan video ceramah serta mengumpulkan data pendukung yang relevan dengan penelitian.

Analisis data adalah proses untuk mengatur dan mengelompokkan data berdasarkan kategori tertentu (Hia et al., 2025). Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada

model yang dikemukakan oleh Miles et al. (2014), yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi serta mengelompokkan data berdasarkan unsur-unsur retorika profetik yang ditemukan. Selanjutnya, data yang telah dikategorikan disajikan secara sistematis dalam bentuk matriks analisis untuk memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik dan memverifikasi kesimpulan melalui pengaitan temuan penelitian dengan konsep retorika profetik yang dikemukakan oleh Kuntowijoyo.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Humanisasi

Humanisasi merupakan salah satu konsep penting dalam paradigma Ilmu Sosial Profetik yang diperkenalkan oleh Kuntowijoyo. Konsep ini berlandaskan pada prinsip *amar ma'ruf* yang berorientasi pada upaya memuliakan manusia melalui penghargaan terhadap harkat dan martabat kemanusiaannya. Humanisasi dalam perspektif profetik merupakan usaha untuk meneguhkan kembali nilai-nilai kemanusiaan yang mengalami kemerosotan akibat berkembangnya sikap individualisme, materialisme, serta berbagai bentuk dehumanisasi dalam kehidupan masyarakat (Anwar et al., 2023). Oleh karena itu, humanisasi menempatkan manusia sebagai makhluk yang memiliki nilai, martabat, dan tanggung jawab sosial yang harus diwujudkan dalam kehidupan bersama. Dengan demikian, humanisasi tidak hanya berfokus pada kepentingan pribadi, tetapi juga pada terciptanya kehidupan sosial yang harmonis dan beradab.

Humanisasi merupakan proses pengembangan nilai-nilai moral, etika, dan kepedulian sosial yang bertujuan membentuk manusia yang lebih bermartabat (Anisa et al., 2021). Dalam konteks dakwah, nilai humanisasi tercermin melalui penyampaian pesan-pesan yang mendorong terjalinnya hubungan yang baik antarsesama, penghormatan terhadap hak-hak manusia, penguatan solidaritas sosial, serta pembentukan karakter yang berlandaskan nilai-nilai kebaikan. Dengan demikian, humanisasi dalam retorika profetik dapat dipahami sebagai upaya menumbuhkan kesadaran individu agar mampu menjalankan peran sosialnya secara bertanggung jawab sekaligus menjaga nilai-nilai kemanusiaan dalam kehidupan bermasyarakat.

Data 1 : "Hari ini kita semangat lagi untuk mendidik anak kita. Jangan sibuk mencari harta dan kuasa sampai tidak sempat mendidik anak-anak."

Data diatas menunjukkan humanisasi melalui ajakan untuk menempatkan pendidikan anak sebagai prioritas utama dalam kehidupan keluarga. UAS mengkritik kecenderungan sebagian orang tua yang lebih berorientasi pada pencarian harta dan kedudukan dibandingkan pembinaan karakter anak. Penggunaan kalimat imperatif "*jangan sibuk*" berfungsi sebagai peringatan moral yang mendorong jamaah melakukan refleksi terhadap tanggung jawab sosial dan keluarga. Pesan ini mengarah pada upaya memanusiakan manusia melalui pembentukan generasi yang berakhlak dan berpendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa manusia dimanusiakan kembali pada perannya sebagai pendidik dalam keluarga. Anak diposisikan sebagai individu yang membutuhkan perhatian, bimbingan, dan kasih sayang agar tumbuh secara baik. Dengan demikian, humanisasi tercermin dari penguatan tanggung jawab moral orang tua terhadap perkembangan anak.

Data 2 : "Anak-anak adalah amanah. Anak-anak adalah titipan Allah."

Data tersebut mengandung humanisasi yang menegaskan pentingnya penghargaan terhadap anak sebagai individu yang harus dijaga dan dididik dengan baik. Repetisi pada

frasa “*anak-anak adalah amanah*” digunakan untuk memperkuat pesan bahwa anak bukan sekadar objek kepemilikan orang tua, melainkan amanah yang harus dipertanggungjawabkan. Dengan memaknai anak sebagai amanah, UAS memanusiakan anak sebagai individu yang memiliki nilai luhur dan kedudukan yang harus dihormati. Orang tua tidak lagi diposisikan sebagai pemilik, tetapi sebagai pihak yang bertanggung jawab atas keberlangsungan pendidikan dan kehidupan anak. Melalui penegasan ini, UAS membangun kesadaran etis mengenai pentingnya perlindungan dan pendidikan anak dalam keluarga.

Data 3 : “Sambung silaturahmi dengan jiran dan tetangga.”

Data tersebut menunjukkan humanisasi yang berorientasi pada penguatan hubungan sosial antarmanusia. UAS mengajak jamaah untuk membangun komunikasi dan menjaga keharmonisan dengan lingkungan sekitar. Kalimat imperatif yang digunakan berfungsi sebagai ajakan langsung agar jamaah mengimplementasikan nilai-nilai sosial dalam kehidupan sehari-hari. UAS menekankan pentingnya hubungan sosial yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa manusia dimaknai sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Melalui ajakan tersebut, nilai kemanusiaan ditampilkan dalam bentuk kepedulian, kebersamaan, dan solidaritas antarindividu dalam lingkungan sosial. Dengan demikian, dakwah tidak hanya berfokus pada hubungan manusia dengan Tuhan, tetapi juga hubungan manusia dengan sesama.

Data 4 : “Kalau kita tidak mampu mengajar, kita datangkan guru. Kalau tidak punya uang, kita bawa anak ke masjid, ke surau, ke langgar, ke musala.”

Data tersebut menunjukkan humanisasi melalui perhatian terhadap hak anak untuk memperoleh pendidikan agama. UAS tidak hanya mengidentifikasi masalah rendahnya pendidikan keagamaan dalam keluarga, tetapi juga menawarkan alternatif solusi yang dapat dilakukan oleh setiap orang tua sesuai kemampuannya. Penyampaian solusi yang praktis menunjukkan kepedulian terhadap pengembangan kualitas manusia melalui pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap anak memiliki hak yang sama untuk memperoleh pendidikan. Dengan demikian, humanisasi diwujudkan melalui upaya memastikan terpenuhinya hak dasar anak tanpa diskriminasi kondisi sosial atau ekonomi keluarga.

2. Liberasi

Liberasi merupakan salah satu unsur penting dalam paradigma Ilmu Sosial Profetik yang berakar pada prinsip *nahi munkar*, yaitu usaha untuk membebaskan manusia dari berbagai bentuk penindasan, ketidakadilan, kebodohan, serta perilaku yang menyimpang dari nilai-nilai kemanusiaan. Saragih (2023) mengemukakan bahwa liberasi diarahkan pada terwujudnya perubahan sosial yang mampu menciptakan kehidupan yang lebih adil dan bermartabat dengan menghilangkan berbagai hambatan yang menghalangi perkembangan manusia. Liberasi berfokus pada upaya mengatasi ketidakadilan sosial yang dapat mengurangi martabat manusia sehingga tercipta masyarakat yang lebih beradab dan menghargai nilai-nilai kemanusiaan Arif et al., (2025). Selain itu, Nadhifah, dkk (2024) menegaskan bahwa liberasi dalam perspektif profetik merupakan proses pembebasan manusia dari berbagai bentuk dehumanisasi yang muncul akibat kemunduran moral, intelektual, maupun sosial. Oleh karena itu, dalam retorika profetik, liberasi dapat dimaknai sebagai upaya mendorong manusia untuk melepaskan diri dari berbagai bentuk kemungkaran dan ketertindasan agar dapat menjalani kehidupan yang lebih baik, bermartabat, dan selaras dengan ajaran Islam.

Data 1 : "Anak-anak yang sudah terkena narkoba. Nauzubillah."

Data tersebut menunjukkan liberasi melalui kritik terhadap penyalahgunaan narkoba yang mengancam masa depan generasi muda. Liberasi dalam data ini terlihat dari upaya UAS untuk membebaskan manusia dari praktik yang merusak kehidupan dan masa depan, khususnya narkoba yang menjadi ancaman serius bagi generasi muda. Penyebutan "narkoba" sebagai bentuk penyimpangan sosial menunjukkan adanya kritik terhadap perilaku destruktif yang bertentangan dengan nilai kemanusiaan. Ungkapan "Nauzubillah" memperkuat sikap penolakan sekaligus membangun kesadaran religius jamaah agar menjauhi perilaku tersebut. Dengan demikian, liberasi dalam data ini berfungsi sebagai bentuk pembebasan manusia dari ancaman yang dapat merusak fisik, mental, dan moral individu maupun masyarakat.

Data 2 : "Berapa banyak anak yang tidak diterima di pondok pesantren karena tidak pandai membaca Al-Qur'an. Ke mana ayahnya? Ke mana ibunya?"

Data tersebut mengandung liberasi yang diwujudkan melalui kritik terhadap kelalaian orang tua dalam pendidikan agama anak. Liberasi dalam data ini tampak dari upaya UAS membuka kesadaran jamaah terhadap dampak kelalaian orang tua dalam mendidik anak, khususnya dalam kemampuan dasar membaca Al-Qur'an. Pertanyaan retorik "Ke mana ayahnya? Ke mana ibunya?" berfungsi sebagai strategi persuasif untuk menggugah kesadaran tanpa memberikan jawaban langsung. Dalam konteks liberasi, kritik ini bertujuan membebaskan anak dari keterbatasan pendidikan agama yang disebabkan oleh kelalaian keluarga. Selain itu, pesan ini juga menekankan bahwa pendidikan agama merupakan tanggung jawab utama orang tua, bukan hanya lembaga pendidikan formal seperti pesantren.

Data 3 : "Sesungguhnya ada ayah durhaka yang tidak peduli kepada anak-anaknya."

Data tersebut menunjukkan liberasi melalui kritik terhadap perilaku orang tua yang mengabaikan tanggung jawabnya. Liberasi dalam data ini terlihat dari upaya UAS membongkar ketimpangan peran dalam keluarga, yaitu ketika orang tua justru lalai terhadap hak-hak anak. Penggunaan istilah "ayah durhaka" merupakan bentuk pembalikan makna yang biasanya dilekatkan kepada anak, sehingga menimbulkan efek kejut sekaligus penegasan kritik sosial. Dalam perspektif liberasi, pesan ini bertujuan membebaskan anak dari dampak negatif pengabaian, seperti kurangnya perhatian, pendidikan, dan kasih sayang. Dengan demikian, dakwah diarahkan untuk menegakkan kembali tanggung jawab moral orang tua sebagai pelindung dan pendidik utama dalam keluarga.

3. Transendensi

Transendensi merupakan salah satu pilar utama dalam paradigma Ilmu Sosial Profetik yang berlandaskan pada konsep *tu'minuna billah*, yaitu keyakinan kepada Allah sebagai dasar dalam menjalani kehidupan. Kuntowijoyo memandang transendensi sebagai upaya menghubungkan seluruh aktivitas manusia dengan nilai-nilai ketuhanan sehingga setiap tindakan tidak hanya berorientasi pada kepentingan duniawi, tetapi juga pada tujuan spiritual. Sejalan dengan itu, Anwar, dkk (2023) menjelaskan bahwa transendensi berfungsi sebagai landasan moral yang mengarahkan manusia untuk senantiasa menjadikan ajaran agama sebagai pedoman dalam berpikir dan bertindak. Selain itu, transendensi berperan dalam membangun kesadaran spiritual sehingga manusia mampu menyeimbangkan kebutuhan material dan nilai-nilai religius dalam kehidupan (Nadhifah et al., 2024). Sementara itu, Anisa, dkk (2021) menegaskan bahwa

transendensi mengarahkan manusia untuk memperkuat hubungan dengan Allah serta menjadikan keimanan sebagai dasar pembentukan perilaku dan kehidupan sosial. Dengan demikian, transendensi dalam retorika profetik dapat dipahami sebagai upaya menanamkan nilai-nilai ketuhanan yang mendorong manusia untuk bertindak sesuai dengan ajaran agama dan kesadaran spiritual yang tinggi.

Data 1 : "Apa yang ada di bumi, apa yang ada di langit milik Allah, bukan milik kita."

Data tersebut menunjukkan transendensi melalui penegasan konsep tauhid bahwa seluruh kepemilikan hakikatnya berada dalam kekuasaan Allah. transendensi dalam data ini terlihat dari penguatan kesadaran bahwa manusia tidak memiliki kepemilikan mutlak terhadap apa pun di dunia. Segala sesuatu pada hakikatnya merupakan milik Allah, sedangkan manusia hanya sebagai pihak yang diberi amanah untuk mengelolanya. Pesan ini mengarahkan manusia untuk menyadari keterbatasan dirinya sebagai makhluk dan tidak terjebak dalam sikap sombong atau terlalu bergantung pada harta dunia. Dengan demikian, terbentuk sikap spiritual berupa tawakal, rendah hati, dan kesadaran bahwa kehidupan dunia bersifat sementara.

Data 2 : "Allah tidak meminta kambing Nabi Ibrahim. Allah tidak meminta unta Nabi Ibrahim. Yang diminta Allah adalah anak yang paling dia cintai."

Data tersebut menunjukkan transendensi melalui penjelasan tentang ketaatan Nabi Ibrahim kepada perintah Allah. transendensi dalam data ini tampak pada penegasan bahwa ketaatan kepada Allah berada di atas segala bentuk kepemilikan duniawi. Esensi pengorbanan bukan terletak pada nilai materi, tetapi pada keikhlasan dan kepatuhan seorang hamba terhadap perintah Allah. Repetisi pada kalimat "*Allah tidak meminta*" digunakan untuk menegaskan bahwa esensi kurban bukan terletak pada materi yang diberikan, melainkan pada kepatuhannya mengorbankan sesuatu yang paling dicintai demi menjalankan perintah Allah. Pesan ini mengarahkan jamaah pada kesadaran spiritual dan kepatuhan kepada Allah.

Data 3 : "Sesungguhnya yang kita miliki ini bukan punya kita. Ini milik Allah."

Data tersebut menunjukkan transendensi yang menanamkan kesadaran bahwa manusia hanyalah penerima titipan dari Allah. Melalui argumentasi tersebut, UAS mengajak jamaah untuk menerima kehilangan dengan ikhlas karena segala sesuatu pada akhirnya akan kembali kepada pemilik yang sebenarnya, yaitu Allah. Kesadaran ini mendorong sikap ikhlas dalam menerima ketentuan hidup, termasuk dalam menghadapi kehilangan atau ujian. Selain itu, pesan ini juga membentuk sikap rendah hati dan tidak berlebihan dalam mencintai dunia. Pesan ini juga memperkuat sikap spiritual dalam menghadapi berbagai peristiwa kehidupan.

4. Ethos

Ethos merupakan salah satu elemen utama dalam retorika Aristoteles yang berkaitan dengan kredibilitas, karakter, serta kepercayaan yang dimiliki oleh seorang komunikator dalam menyampaikan pesan. Ethos menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu komunikasi persuasif karena audiens cenderung lebih mudah menerima pesan dari pembicara yang dianggap memiliki integritas dan kompetensi. Menurut (Hasmawati, 2020), ethos dalam komunikasi mencerminkan karakter komunikator yang meliputi keahlian (*expertise*), kepercayaan (*trustworthiness*), serta integritas moral yang dimiliki pembicara sehingga mampu memengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal. Sejalan dengan itu, (Zair, 2023) menjelaskan bahwa ethos

berperan dalam membangun kredibilitas seorang komunikator sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens, terutama dalam konteks kepemimpinan dan komunikasi publik. Selain itu, ethos dalam retorika tidak hanya dibangun melalui pengetahuan, tetapi juga melalui sikap, perilaku, dan cara penyampaian pesan yang mampu menumbuhkan rasa percaya audiens (Khofi et al., 2023). Dengan demikian, ethos dapat dipahami sebagai kemampuan komunikator dalam membangun kepercayaan audiens melalui kredibilitas, karakter, dan kompetensi yang ditampilkan dalam proses komunikasi.

Data 1 : "Menurut Imam Abul Fida Ismail Ibnu Katsir dalam Tafsir Al-Qur'anil Azim, dia berdoa pagi, petang, siang, dan malam. Rabbi habli minas shalihin."

Data tersebut menunjukkan penggunaan ethos melalui **otoritas keilmuan (authoritative appeal)** melalui penyebutan Ibnu Katsir sebagai mufasir terkemuka. Strategi ini berfungsi meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap informasi yang disampaikan. Dalam perspektif retorika Aristoteles, ethos tidak hanya dibangun melalui karakter pribadi pembicara, tetapi juga melalui kemampuannya menghadirkan sumber-sumber yang kredibel. Penyebutan Ibnu Katsir menunjukkan bahwa argumentasi yang dibangun memiliki landasan ilmiah yang kuat sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima oleh jamaah. Selain itu, penggunaan nama ulama klasik mencerminkan identitas penceramah sebagai individu yang memiliki pengetahuan agama yang memadai. Hal ini memperkuat posisi penceramah sebagai komunikator yang layak didengar dan diikuti.

Data 2 : "Diriwayatkan Imam Muslim kalau manusia mati putus amalnya kecuali tiga perkara."

Data tersebut menunjukkan pembentukan ethos melalui penggunaan sumber otoritatif dalam penyampaian pesan dakwah. Kutipan hadis yang diriwayatkan oleh Imam Muslim berfungsi sebagai legitimasi tekstual yang memperkuat kredibilitas isi ceramah. Imam Muslim sebagai salah satu penghimpun hadis dalam kitab *Sahih Muslim* memiliki otoritas tinggi dalam tradisi keilmuan Islam, sehingga rujukan kepadanya meningkatkan tingkat kepercayaan jamaah terhadap kebenaran pesan yang disampaikan. Dengan demikian, penggunaan hadis ini tidak hanya berfungsi sebagai penguat argumen, tetapi juga sebagai strategi retorik untuk membangun kepercayaan audiens terhadap penceramah. Selain itu, strategi ini menunjukkan bahwa pesan dakwah disampaikan tidak berdasarkan pendapat pribadi semata, melainkan bersandar pada sumber keagamaan yang sahih, sehingga memperkuat legitimasi moral dan keilmuan dalam komunikasi dakwah.

5. Pathos

Pathos merupakan salah satu unsur utama dalam retorika Aristoteles yang berfokus pada upaya pembicara dalam membangkitkan emosi, perasaan, dan respon afektif audiens agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara lebih mendalam. Pathos tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga bagaimana komunikator mampu menyentuh sisi emosional pendengar sehingga terbentuk keterlibatan psikologis dalam proses komunikasi. Pathos dalam komunikasi persuasif berperan penting dalam memengaruhi sikap audiens melalui pengelolaan emosi seperti rasa haru, takut, simpati, dan empati yang muncul dari pesan yang disampaikan (Sari & Wulandari, 2021). Sejalan dengan itu, (Rahmawati, 2022) menjelaskan bahwa penggunaan unsur emosional dalam retorika dapat meningkatkan efektivitas pesan karena audiens cenderung lebih mudah terpengaruh ketika aspek perasaan mereka tersentuh. Selain itu, pathos dalam komunikasi publik sering digunakan untuk membangun kedekatan emosional antara pembicara dan

audiens melalui pilihan kata, kisah, serta ekspresi yang menggugah perasaan (Putri et all, 2023). Dengan demikian, pathos dapat dipahami sebagai strategi retorika yang menekankan pada pengaruh emosional untuk memperkuat daya persuasif suatu pesan.

Data 1 : "Anak-anak adalah amanah. Anak-anak adalah titipan Allah. Betapa banyak orang menginginkannya tapi tidak diberikan Allah." (12.31–12.45)

Pathos dalam data ini terlihat dari kemampuan tuturan untuk membangkitkan emosi syukur, haru, dan kesadaran moral audiens, khususnya para orang tua. Ustaz Abdul Somad menggunakan diksi “amanah” dan “titipan Allah” yang memiliki muatan emosional dan spiritual kuat, sehingga anak tidak hanya dipahami sebagai anggota keluarga, tetapi juga sebagai anugerah ilahi yang harus dijaga dengan penuh tanggung jawab. Selain itu, frasa “betapa banyak orang menginginkannya tapi tidak diberikan Allah” menciptakan efek perbandingan emosional. Jamaah diajak membayangkan kondisi orang lain yang tidak memiliki anak, sehingga muncul rasa syukur yang lebih dalam bagi mereka yang telah dikaruniai anak. Strategi ini memperkuat rasa empati dan kesadaran bahwa setiap anak merupakan nikmat yang tidak dimiliki semua orang. Secara keseluruhan, pathos dalam data ini berfungsi untuk menggugah kesadaran emosional orang tua agar tidak mengabaikan tanggung jawab dalam mendidik anak, sekaligus menumbuhkan rasa syukur dan kepedulian yang lebih tinggi terhadap amanah tersebut.

Data 2 : "Bagi yang masih ada ayahnya, masih ada ibunya, beruntunglah karena masih bisa memintakan doa dari orang yang paling kabul doanya." (26.14–26.21)

Pathos dalam data ini sangat kuat karena menyentuh aspek emosional yang berkaitan dengan cinta, rindu, dan penghargaan terhadap orang tua. Ustaz Abdul Somad mengingatkan jamaah bahwa keberadaan orang tua merupakan nikmat yang sering tidak disadari sampai mereka telah tiada. Penggunaan kata “beruntunglah” menimbulkan kesadaran emosional bahwa memiliki orang tua adalah sebuah kesempatan berharga yang tidak dimiliki semua orang. Hal ini secara tidak langsung membangkitkan rasa takut kehilangan dan penyesalan apabila seseorang tidak memanfaatkan waktu untuk berbakti kepada orang tua. Selain itu, penyebutan “orang yang paling kabul doanya” memperkuat nilai emosional religius, sehingga jamaah tidak hanya merasa rindu kepada orang tua, tetapi juga terdorong untuk lebih menghormati, memuliakan, dan memanfaatkan doa orang tua selagi masih hidup. Dengan demikian, pathos dalam data ini berfungsi sebagai pengingat emosional tentang pentingnya hubungan anak dan orang tua yang bersifat sementara dan sangat berharga.

Data 3 : "Kalau ada anak yang tidak salat, ada anak yang tidak menutup aurat, ada anak yang bergaul bebas, ada anak yang tidak peduli agama, yang pertama kali bersalah adalah ayahnya, yang kedua bersalah adalah ibunya." (12.00–12.18)

Pathos dalam data ini muncul melalui pembangkitan emosi takut, khawatir, dan tanggung jawab moral pada orang tua. Ustaz Abdul Somad menyebutkan secara berurutan berbagai bentuk perilaku negatif anak, seperti tidak salat, tidak menutup aurat, dan pergaulan bebas. Pola pengulangan “ada anak yang...” menciptakan tekanan emosional yang semakin meningkat sehingga audiens terdorong membayangkan risiko kegagalan dalam mendidik anak. Pernyataan bahwa “yang pertama kali bersalah adalah ayahnya, yang kedua bersalah adalah ibunya” memberikan efek emosional yang kuat karena menempatkan orang tua sebagai pihak utama yang bertanggung jawab atas kondisi anak. Hal ini menimbulkan rasa bersalah sekaligus dorongan untuk melakukan introspeksi diri. Dengan demikian, pathos dalam data ini berfungsi sebagai alat penggugah kesadaran

emosional agar orang tua lebih serius dalam menjalankan peran pendidikan dan pengawasan terhadap anak, sehingga tidak terjadi penyimpangan moral pada generasi muda.

6. Logos

Logos merupakan salah satu elemen utama dalam retorika Aristoteles yang menitikberatkan pada kemampuan penalaran secara logis dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Logos menekankan penggunaan argumentasi yang bersifat rasional, terstruktur, dan didukung oleh bukti yang kuat sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima melalui proses berpikir yang objektif. Dalam komunikasi persuasif, logos memiliki peran penting karena membantu audiens memahami pesan berdasarkan logika yang dapat dipertanggungjawabkan. Logos dalam komunikasi publik diwujudkan melalui penyajian data, fakta, serta hubungan sebab-akibat yang disusun secara sistematis untuk memperkuat argumentasi pembicara (Nurlaila & Hasanah, 2022). Sejalan dengan itu, (Fadli, 2023) mengemukakan bahwa logos menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan audiens karena argumen yang logis cenderung lebih mudah diterima dibandingkan dengan pernyataan yang hanya bersifat emosional. Selain itu, penggunaan logos dalam retorika, khususnya dalam dakwah dan pidato, sangat penting karena mampu menyampaikan penjelasan yang rasional, objektif, dan mudah dipahami oleh audiens (Siregar et al., 2021). Dengan demikian, logos dapat dipahami sebagai strategi retorik yang mengutamakan kekuatan logika, fakta, dan penalaran yang sistematis untuk meyakinkan audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Data 1 : "Lan tanalul birra hatta tunfiqu mimma tuhibbun. Kamu tidak akan mendapatkan kebaikan sampai kamu memberikan apa yang paling kamu cintai."

Logos dalam data ini tampak melalui penggunaan argumentasi berbasis ayat Al-Qur'an yang kemudian dijelaskan secara sistematis oleh Ustaz Abdul Somad. Ayat "Lan tanalul birra hatta tunfiqu mimma tuhibbun" dijadikan dasar utama penalaran untuk menjelaskan konsep pengorbanan dalam Islam. Penjelasan tersebut tidak berhenti pada teks ayat, tetapi diperkuat dengan kisah Nabi Ibrahim dan Nabi Ismail sebagai ilustrasi konkret, sehingga membentuk pola penalaran deduktif dari konsep umum menuju contoh spesifik. Struktur ini membuat pesan dakwah menjadi lebih logis dan mudah dipahami karena jamaah tidak hanya menerima perintah secara tekstual, tetapi juga memahami alasan dan konteks di balik perintah tersebut. Dengan demikian, logos berfungsi memperkuat pemahaman rasional jamaah tentang makna kebaikan dan pengorbanan dalam ajaran Islam.

Data 2 : "Semakin dalam rasa memiliki, semakin dalam kekecewaan saat dia diambil oleh Allah."

Logos dalam data ini terlihat melalui hubungan sebab-akibat yang disampaikan secara logis dan reflektif mengenai keterikatan manusia terhadap dunia. Ustaz Abdul Somad menjelaskan bahwa semakin kuat rasa memiliki seseorang terhadap sesuatu, maka semakin besar pula tingkat kekecewaan ketika sesuatu tersebut diambil oleh Allah. Penalaran ini dibangun berdasarkan konsep tauhid bahwa segala sesuatu pada hakikatnya adalah milik Allah, sehingga kepemilikan manusia bersifat sementara dan tidak absolut. Dari hubungan logis tersebut, dapat dipahami bahwa penderitaan emosional manusia sering kali bukan disebabkan oleh kehilangan itu sendiri, tetapi oleh cara pandang manusia yang terlalu terikat pada dunia. Dengan demikian, logos dalam data ini berfungsi

membangun kesadaran rasional jamaah agar lebih ikhlas dan tidak berlebihan dalam mencintai sesuatu yang bersifat sementara.

Data 3 : “Kalau kita tidak mampu mengajar, kita datangkan guru. Kalau tidak punya uang, kita bawa anak ke masjid, ke surau, ke langgar, ke musala.”

Logos dalam data ini terlihat dari cara Ustaz Abdul Somad menyusun argumentasi yang menekankan logika pemecahan masalah dalam pendidikan anak. UAS tidak hanya menyampaikan kewajiban orang tua, tetapi juga menjelaskan langkah-langkah konkret yang dapat dilakukan ketika menghadapi keterbatasan kemampuan. Hubungan logis tampak dari pola pemikiran bahwa setiap kondisi memiliki alternatif solusi, yaitu jika orang tua tidak mampu mengajar maka dapat melibatkan guru, dan jika tidak memiliki biaya maka anak tetap dapat belajar melalui lingkungan pendidikan agama seperti masjid, surau, langgar, atau musala. Argumentasi ini menunjukkan adanya penalaran praktis yang menempatkan masalah dan solusi secara berurutan dan terstruktur, sehingga pesan dakwah menjadi lebih realistis dan aplikatif. Dengan demikian, logos dalam data ini berfungsi membangun kesadaran rasional jamaah bahwa pendidikan anak merupakan kewajiban yang tetap dapat dilaksanakan dengan berbagai cara sesuai kondisi yang ada.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa ceramah Ustaz Abdul Somad dalam video “*Harta Hanya Titipan, Sudahkah Kamu Berqurban?*” mengandung unsur retorika Aristoteles dan retorika profetik secara terpadu. Unsur ethos ditunjukkan melalui penggunaan sumber-sumber otoritatif seperti Al-Qur’an, hadis, serta pendapat ulama yang memperkuat kredibilitas penceramah. Unsur pathos terlihat melalui penggunaan bahasa yang membangkitkan emosi audiens seperti rasa syukur, haru, takut, dan tanggung jawab, sedangkan logos tampak melalui argumentasi yang logis, sistematis, serta penyampaian solusi yang realistis dan mudah diterapkan.

Dalam perspektif retorika profetik, nilai humanisasi muncul melalui ajakan untuk memuliakan manusia, khususnya dalam konteks keluarga dan pendidikan anak. Nilai liberasi terlihat dari kritik terhadap penyimpangan sosial seperti kelalaian orang tua dan bahaya narkoba, sedangkan nilai transendensi tampak melalui penegasan konsep tauhid dan kesadaran bahwa segala sesuatu berasal dan kembali kepada Allah. Dengan demikian, ceramah Ustaz Abdul Somad tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kesadaran moral, sosial, dan spiritual audiens. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa perpaduan retorika Aristoteles dan retorika profetik dalam ceramah tersebut menghasilkan komunikasi dakwah yang efektif, persuasif, serta memiliki dampak transformasi terhadap pemahaman dan sikap jamaah.

DAFTAR REFERENSI

- Anisa, R., Soraya, S. Z., & Nurdahlia, D. U. (2021). Konsep ilmu sosial profetik Kuntowijoyo terhadap pengembangan pendidikan Islam. *KUTTAB: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 5(2), 93–104.
- Arif, D. B., Sukmayadi, T., Triwahyuningsih, T., & Alrakhman, R. (2025). *Pendidikan Hak Asasi Manusia Berparadigma Ilmu Sosial Profetik: Tinjauan Atas Pemikiran Kuntowijoyo*. *Jurnal Civic Hukum*, 10(2).

- Anwar, A., Pababbari, M., & Ibrahim, M. (2023). Analisis paradigma ilmu sosial profetik (Telaah pemikiran Kuntowijoyo). *Shoutika*, 3(2), 96–108.
- Fadli, M. (2023). Argumentasi rasional dalam komunikasi publik. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah*, 15(2), 120–131.
- 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.
- Fauziah, M. M. A., Hindun, F., & Syifa, H. M. (2024). Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Video Youtube “Kalo lagi Mentok, Harus Gimana?”: Kajian Retorika Aristoteles. *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(5), 1896–1906.
- Hamidha, W., & Mujiyanto, G. (2025). Membangun Retorika Guru dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia dengan Metode Problem Based Learning. *Fon: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 21(1), 72–86.
- Hasmawati, F. (2020). Karakteristik komunikator yang efektif dalam komunikasi antar pribadi. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, 4(2), 69–95.
- Hia, Y., Kiki Wardana, M., Geubrina, M., Bahasa dan Komunikasi, F., Harapan Medan, U., & Kunci, K. (2025). Penggunaan Deiksis dalam Puisi Karya John Keats. 13(1), 256–258. <https://doi.org/10.37081/ed.v13i1.6671>
- Karima, W., & Yulianti, A. (2025). Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Podcast Spotify Season 5 Episode# LibatinAllah. *JURNAL PERSUASI*, 1(2).
- Karimullah, S. S. (2022). Motivasi Pendidikan Dalam Retorika Dakwah Lora Thohir. *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 13(1), 65–86.
- Khofi, M. B., Rahmi, A., & Saputri, R. (2023). Retorika kepala madrasah dalam mengatasi konflik antar guru. *Jurnal Literatur: Bahasa dan Sastra*.
- Munawaroh & Hardiyanto, F. E. (2025). Retorika Profetik dalam Dakwah Gus Miftah pada Channel Youtube Gus Miftah Official. *Lateralisasi*, 13(2), 565–577.
- Nadhifah, N., Putri, M. L. F., Daud, A. A. R., Syaifuddin, H., & Muslimin, I. (2024). *Ilmu Sosial Profetik sebagai Solusi Dehumanisasi Pendidikan Indonesia di Masa Kini dalam Perspektif Kuntowijoyo*. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(12), s110–116.
- Nurlaila, & Hasanah, U. (2022). Penggunaan logos dalam pidato politik dan dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 55–66.
- Nuryanti, N., Sahabuddin, C., & Muttalib, A. (2020). Analisis Novel Tentang Kamu Karya Tere Liye Menggunakan Teori Strukturalis (Unsur Intrinsik). *Journal Peqguruang: Conference Series*, 2(2), 174. <https://doi.org/10.35329/jp.v2i2.939>
- Putri, D. A., Lestari, S., & Hidayat, T. (2023). Strategi komunikasi persuasif dalam dakwah Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 45–58.
- Rahmawati, N. (2022). Pengaruh emosi dalam komunikasi persuasif di media dakwah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 101–112.
- Sampurna, T. S. E., & Hardiyanto, F. E. (2025). RETORIKA PROFETIK PADA CERAMAH KEAGAMAAN DI KAMPUNG-KAMPUNG (STUDI KASUS DI DESA BEJI, KECAMATAN PANDANARUM). *Lateralisasi*, 13(1), 418–433.
- Saragih, S. N. (2023). *Membangun Ilmu-Ilmu Sosial Profetik Perspektif Kuntowijoyo*. *Puteri Hijau: Jurnal Pendidikan Sejarah*, 8(1).

- Sari, R., & Wulandari, A. (2021). Analisis unsur retorika dalam pidato publik. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(1), 67–78.
- Siregar, R., Lubis, M., & Harahap, D. (2021). Analisis retorika dalam ceramah keagamaan. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(2), 88–99.
- Ulfa, M., Muchlisoh, L., & Zuhriyah, L. F. (2025). Retorika dakwah wajdi azim di media sosial instagram. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 17(1), 61-68.
- Wulandari, T. E., & Hardiyanto, F. E. (2025). Analisis Retorika Profetik Dalam Pidato Dedi Mulyadi Dan Relevansinya Dengan Pembelajaran Menulis Teks Pidato Kelas VIII. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 15(1), 56-70.
- Zair, I. O. (2023). Retorika dan kepemimpinan: Penerapan prinsip-prinsip retorika dalam kepemimpinan efektif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.