

Retorika Dakwah Das'ad Latif dalam Media Youtube: Analisis Miles, Huberman, dan Saldana

Alfiansyah Husin

UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: alfiansyahhusin18@gmail.com

Abstract

This study examines the preaching rhetoric of Das'ad Latif based on Aristotle's Rhetorical Triangle theory, which consists of ethos, pathos, and logos. The research aims to analyze how these three rhetorical elements are employed in Das'ad Latif's preaching to effectively convey Islamic messages and influence audiences. This study uses a qualitative descriptive approach. Data were collected through observation and documentation of Das'ad Latif's preaching activities and then analyzed using the Miles and Huberman interactive model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. Aristotle's Rhetorical Triangle serves as the main theoretical framework for interpreting the findings. The results indicate that Das'ad Latif effectively applies the three dimensions of rhetoric in his preaching. The pathos aspect is reflected in his ability to engage the audience emotionally through expressive eye contact, body language, intonation, and the strategic use of humor, making his sermons more engaging and relatable. The ethos aspect is demonstrated through his credibility, extensive religious knowledge, friendly demeanor, and tolerant attitude, which strengthen audience trust and acceptance of his messages. Meanwhile, the logos aspect appears in his use of the Qur'an and Hadith as authoritative references, combined with logical explanations and real-life examples that help audiences understand and apply Islamic teachings in their daily lives. Therefore, Das'ad Latif's preaching rhetoric can be considered effective in building emotional connection, credibility, and rational understanding among his listeners.

Keywords: *rhetoric, preaching, Aristotle's Rhetorical Triangle, Das'ad Latif.*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji retorika dakwah Das'ad Latif berdasarkan teori Segitiga Retorika Aristoteles yang terdiri atas ethos, *pathos*, dan logos. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana ketiga unsur retorika tersebut digunakan oleh Das'ad Latif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif serta memengaruhi audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap aktivitas dakwah Das'ad Latif, kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori Segitiga Retorika Aristoteles digunakan sebagai landasan utama dalam menginterpretasikan temuan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Das'ad Latif secara efektif menerapkan tiga dimensi retorika dalam dakwahnya. Aspek *pathos* terlihat dari kemampuannya membangun keterlibatan emosional audiens melalui kontak mata yang ekspresif, bahasa tubuh, intonasi suara, serta penggunaan humor yang tepat sehingga dakwah menjadi lebih menarik dan mudah diterima. Aspek ethos tercermin dari kredibilitas, keluasan pengetahuan keagamaan, sikap yang ramah, serta toleransi yang dimilikinya

sehingga mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Sementara itu, aspek logos tampak dari penggunaan Al-Qur'an dan Hadis sebagai sumber utama argumentasi yang dipadukan dengan penjelasan logis serta contoh-contoh kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, retorika dakwah Das'ad Latif dinilai efektif dalam membangun hubungan emosional, kredibilitas, dan pemahaman rasional di kalangan pendengarnya..

Kata Kunci: *Retorika, Dakwah, Retorika Aristoteles, Das'ad Latif.*

A. PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk Allah SWT. yang diciptakan dengan sempurna, namun belum sempurna bila kita tidak hidup rukun berdampingan, saling menghargai dan saling menasehati dalam kebaikan. Inilah sebabnya siapa pun yang merasa terpanggil untuk menyebarkan cita-cita Islam dapat dan harus terlibat dalam kegiatan dakwah, apapun peluang dan permasalahan yang ada, dan apapun sarana dan media yang mereka pilih untuk berdakwah. Oleh karena itu, fondasi setiap upaya dakwah haruslah kesadaran pribadi, yang dilakukan oleh setiap orang dengan keterampilan minimal yang diperlukan untuk dakwah. Mengingat gagasan mendasar dakwah, upaya memberikan solusi Islam terhadap berbagai permasalahan kehidupan seringkali dianggap sebagai kegiatan dakwah.¹

Manusia pada umumnya secara alamiah mampu menyampaikan gagasan melalui komunikasi. Wajar saja dengan kekuatan akal dan bibir sebagai salurannya, dengan kemampuan yang dianugerahkan Tuhan kepada umat manusia. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa aspek keterampilan komunikasi merupakan bawaan dalam diri manusia. Namun tidak semua orang cukup cerdas untuk berbicara dengan jelas, menarik, menawan, dan efektif.²

Sejak lahir, manusia berkomunikasi dengan cara menangis saat masih bayi, seiring berjalannya waktu komunikasi terus mengalami kemajuan. Retorika adalah jenis komunikasi verbal yang digunakan dalam sebagian besar interaksi manusia. Berbicara dengan lancar adalah sebuah bakat. Namun, latihan dan keahlian diperlukan untuk berbicara efektif. Sebagai “ilmu berbicara”, retorika benar-benar diperlukan bagi semua orang. Bagi ahli komunikasi atau komunikator retorika adalah *conditio sine qua non*.³

Istilah "retorika" mengacu pada praktik historis yang menggunakan bahasa sebagai media artistik, yang didasarkan pada pengetahuan terstruktur. Oleh karena

¹ Joko Santoso, “Media Baru Dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim,” *Maarif* 17, no. 2 (2023): 87–104, <https://doi.org/10.47651/mrf.v17i2.196>.

² Siti Aisyah Artina Febriyani, Juni Wati Sri Rizki, and Nurfitriani M. Siregar, “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa,” *Hikmah* 18, no. 1 (2024): 147–62, <https://doi.org/10.24952/hik.v18i1.10693>.

³ Akhmad Agung Syahputra, “Analisis Filsafat: Retorika Aristoteles Dalam Meningkatkan Kemampuan Public Speaking Dan Relevansinya Pembelajaran,” *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 7, no. 1 (2022): 15–25, <https://doi.org/10.24815/jimps.v7i1.16162>.

itu, ada dua hal yang perlu diperhatikan oleh seseorang yang mempelajari retorika: pertama, kemahiran berbahasa; kedua, pemahaman tentang konsep-konsep spesifik yang akan digunakan bahasa untuk menyampaikannya. Untuk memanfaatkan semua komponen yang terkait dengan aturan dan keanggunan gaya bahasa, retorika juga berupaya mempengaruhi opini dan perasaan pendengar.⁴

Menurut Aristoteles, retorika tidak hanya menjangkau masalah berpidato saja. Ruang lingkungnya jauh lebih luas daripada berpidato dan tutur lisan yang lain. Retorika juga mencakup masalah-masalah dalam tutur bertulis; atau dengan kata lain ruang lingkup retorika adalah seluruh masalah kejadian bertutur.⁵

Pertumbuhan dakwah Islam beriringan dengan perkembangan retorika dakwah Islam. Menyadari bahwa Islam adalah agama dakwah, Allah mengutus para nabi dan rasul-Nya untuk menjadi orator-orator, pembimbing, dan duta besar bagi semua orang, menyerukan mereka untuk bertakwa dan taat kepada Allah. Keterampilan berbicara yang efektif dikenal sebagai retorika, dan digunakan dalam komunikasi manusia. Berbicara dengan lancar tanpa alur pemikiran atau topik yang masuk akal bukanlah keterampilan berbicara, melainkan kemampuan untuk berkomunikasi dan menyampaikan pidato dengan cara yang jelas, ringkas, dan kuat dalam waktu singkat.⁶

Teknologi berkembang semakin pesat setiap tahun seiring berjalannya waktu, berdampak pada setiap elemen keberadaan manusia, termasuk kegiatan dakwah. Selain itu, para da'i juga lebih kreatif dalam memanfaatkan situs media sosial seperti YouTube, Twitter, dan Instagram untuk menyebarkan dakwahnya. Mengingat generasi milenial merupakan mayoritas pengguna media sosial, para pendakwah kini harus memfokuskan dakwah mereka secara khusus pada generasi

⁴ Ayu Lestari and Nur Asia, "Gaya Bahasa Ustadz Maulana Dalam Acara 'Islam Itu Indah,'" *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3, no. 1 (2024): 1–13.

⁵ Rahmad Tri Hadi and Arrasyid, "Etika Politik Aristoteles: Kohesivitas Etika Dan Politik," *Jurnal Al-Aqidah* 13, no. 2 (2021): 200–213, <https://doi.org/10.15548/ja.v13i2.3398>.

⁶ Ahmad Zaini and Dwy Rahmawati, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 8, no. 1 (2021): 162, <https://doi.org/10.21043/at-tabisyir.v8i1.11238>.

ini. Selain itu, dakwah perlu disajikan dalam berbagai metode untuk menarik pendengar milenial.⁷

Setiap mad'u itu memiliki sisi unik masing-masing, maka penyampaian dakwah pun harus dilakukan dengan cara yang menarik dan dapat diterima. Pendidikan keyakinan agama yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits hendaknya mengedepankan keberagaman umat manusia, khususnya umat Islam yang merupakan mayoritas di Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Media memegang peranan penting dalam menyebarkan dakwah, apalagi di zaman modern ini ketika banyak sekali media dakwah yang bisa digunakan untuk berdakwah. Ketersediaan media modern diharapkan dapat membuat kehidupan umat Islam menjadi lebih berwarna dalam berbagai hal. Sebagai sebuah kegiatan komunikasi keagamaan, dakwah terikat dengan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin maju sehingga perlu adanya penyesuaian terhadap perkembangan tersebut. Artinya, tergantung pada mad'u (komunikasi) yang dituju, dakwah harus dikemas dengan media komunikasi yang terapan. Laju kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi, yang menghubungkan masyarakat di muka bumi, semakin cepat seiring dengan laju perkembangan modern.⁸

Banyak para pendakwah yang menggunakan Youtube sebagai media dalam berdakwah, salah satunya Das'ad Latif. Ia memiliki channel Youtube sendiri yaitu Das'ad latif yang bergabung sejak 11 Oktober 2017 dengan jumlah subscriber 3,74 juta dan 1.478 video yang sudah diunggah. Viewersnya bermacam-macam mulai dari yang muslim, muallaf, bahkan yang non muslim. Menurut mereka dakwah Das'ad Latif ini tidak hanya untuk kalangan muslim saja tetapi untuk umat lain juga, karena apa yang disampaikan sangat relevan dengan kehidupan masyarakat universal. Maka dari ini penulis ingin meneliti bagaimana retorika dakwah Das'ad Latif dengan menggunakan analisis Miles dan Huberman.⁹

⁷ Bobby H. Trilaksono et al., "Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial," *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, no. 1 (2021): 1–16, <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.18073>.

⁸ Maghfira Septi Arindita et al., "Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam," *Religion : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2022): 12–25, <https://doi.org/10.55606/religion.v1i5.17>.

⁹ Tsania Mishbahun Naila and Primi Rohimi, "Digital Da'wah: The Role of Youtube in Enhancing Religious Literacy among Nahdlatul Ulama Youth," *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 8, no. 2 (2024): 137–49, <https://doi.org/10.30983/fuaduna.v8i2.9028>.

Berbagai penelitian tentang retorika dakwah Das'ad Latif telah dilakukan diantaranya: (Mutia Drajat, 2021) "Dakwah Rekreatif: Studi tentang Gaya Retorika Dakwah Ustadz Das'ad Latif" Hasil penelitian ini ialah, gaya bahasa berdasarkan pilihan kata yang paling sering digunakan adalah gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa berdasarkan nada yang paling sering digunakan adalah gaya sederhana. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang paling sering digunakan adalah repetisi dan gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna yang paling sering digunakan adalah gaya bahasa kiasan. "Retorika Argumentatif Ustadz Das'ad Latif pada Channel Youtube" hasil penelitian ini ialah, retorika argumentative ustadz Das'ad Latif yang lebih sering digunakan yaitu pola keempat menurut Toulmin ialah, kesimpulan (claim) dibangun atas dasar bukti (datum), jaminan (warrant), kemungkinan tertentu/predeksi (qualifier) dan (backing) sebagai penguat, serta (rebuttal) akan muncul untuk memperkuat retorika argumentatif yang dibangun oleh ustadaz Das'ad Latif.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas ialah terletak pada retorika dan analisis yang digunakan berbeda. Pada penelitian pertama menganalisis tentang gaya bahasa dari ustadz Das'ad Latif dengan menggunakan teori gaya bahasa Gorys Keraf, sedangkan pada penelitian kedua menganalisis tentang retorika argumentatif Das'ad Latif dengan menggunakan analisis model argumentatif Toulmin. Namun pada penelitian ini peneliti lebih fokus pada retorika Aristoteles yaitu *pathos*, *ethos*, dan *logos* dengan menggunakan analisis deskriptif model Miles dan Huberman..

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif.¹⁰ Karena menghasilkan data dalam bentuk kata-kata, bukan daftar angka, dan berkonsentrasi pada fakta di lapangan melalui observasi dan dokumentasi, maka penelitian semacam ini disebut penelitian deskriptif. Dengan menggunakan observasi dan dokumentasi, penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengkarakterisasi item penelitian yang diteliti dengan menggunakan informasi dari lapangan. Dalam ilmu-ilmu sosial, penelitian

¹⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010).

kualitatif merupakan tradisi yang sangat bergantung pada observasi manusia dalam bidang dan terminologinya.

Pendekatan kualitatif menurut Bogdan Taylor adalah teknik penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari subjek dan perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif juga dijelaskan oleh Krik dan Miller sebagai teknik penelitian yang menghasilkan data verbal atau tertulis dari subjek dan perilaku yang diamati. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari sumber tertulis serta kata-kata dan tindakan. Menurut konsep Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata atau tindakan, dan sumber tambahan seperti dokumen dan lainnya.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari observasi video yang diunggah oleh channel Das'ad Latif dengan judul: Viral Ustadz Das'ad Latif Bareng Artis Muslim United. Sedangkan data sekunder berasal dari temuan penelitian terdahulu atau data dari berbagai sumber literatur antara lain buku, jurnal, dan artikel yang mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis deskriptif model Miles dan Huberman. Miles, Huberman, dan Saldana Proses analisis data dilakukan sebelum ke lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai dari lapangan. Dalam penelitian kualitatif, analisis data difokuskan pada proses di lapangan saat pengumpulan data.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Ustadz Das'ad Latif

Ustadz Dr. H. Das'ad Latif S.Sos., S.Ag., M.Si., Ph.D adalah seorang mubaligh yang aktif berdakwah dari satu mimbar ke mimbar yang lain, dan dari satu televisi hingga ke media sosial. Selain aktif memberikan tausiyah kepada umat muslim, Ustaz Das'ad Latif juga menjadi seorang dosen dan peneliti di Universitas Hasanudin dengan spesifikasi keilmuan Public Relations. Ditengah berkembang pesatnya teknologi saat ini ia menggunakan sosial media sebagai media berdakwah diantaranya Facebook, Twitter, Instagram dan Youtube.

Ustaz Das'ad Latif cepat dikenal publik. Mengisi pengajian keagamaan di berbagai televisi nasional seperti TVOne, SCTV, dan berbagai Televisi lokal seperti TVRI Makassar dan radio di Makassar. Beliau juga aktif berceramah secara offline

di Masjid Sunda Kelapa Jakarta, Pembina Majelis Taklim ibu-ibu IWABA, serta menjadi pembimbing untuk ibadah haji dan umrah. Ustaz Das'ad Latif juga aktif mengajar di berbagai kampus seperti STIKOM FAJAR Makassar. STIE AMKOP Makassar, Universitas Islam Makassar, STIM NITRO Fajar Makassar, Universitas Indonesia Timur Makassar dalam bidang ilmu komunikasi serta menjadi CEO PT. Gelora Indah Perdana, Biro Perjalanan Haji plus Umroh. Selain ceramah, beliau juga aktif menulis dan telah menghasilkan beberapa karya berjudul: Pilkada: Nikmat atau Bencana? Pemikiran Politik seorang Da'i. Islam yang Diperdebatkan, Membahas Masalah Khilafiah dalam Islam Perspektif Ilmiah. Dari Hati ke Hati.

Hasil dan Pembahasan

Retorika menurut Aristoteles¹¹ merupakan ilmu yang dapat berdiri sendiri dan diperlakukan setara dengan ilmu-ilmu lainnya. Sebagai subjek ilmiah, retorika menyajikan kebenaran dengan mengorganisir komunikasi secara moral dan efektif bukan dengan kata-kata yang tidak bermakna. Selain itu, menurut Aristoteles, retorika digunakan oleh sains, khususnya ketika ilmu lain mendeskripsikan temuan retorika. Retorika tidak boleh dilihat sebagai komponen atau dimasukkan dalam ilmu-ilmu lain, melainkan ilmu tersebut yang menggunakan retorika. Bahkan setelah kekaisaran Yunani dan Romawi jatuh, masyarakat tetap mengikuti ajaran Aristoteles. Ahli retorika mampu memasukkan teori retorika Aristoteles ke dalam sejarah analisis retorika hingga awal abad ke-20. Hal ini disebut sebagai retorika konvensional.

Aristoteles menyatakan bahwa kajian retorika dibagi menjadi tiga bagian: Ethos, atau etika, kualitas seorang komunikator atau pembicara yang terlihat dalam pola bicaranya.¹² Pathos, atau emosi, adalah istilah untuk perasaan penonton yang dapat dipahami dengan menggunakan kerangka “psikologi massa”. Kata, frasa, atau ungkapan yang dipilih oleh pembicara dikenal sebagai logos, atau logika.¹³ Dari ketiga komponen tersebut, Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai seni

¹¹ Aristoteles, *The Art of Rhetoric* (Oxford: Megaphone eBooks, 2008).

¹² Aristoteles, “Retorika: Seni Berbicara” (Yogyakarta: BasaBasi, 2018).

¹³ Syahputra, “Analisis Filsafat: Retorika Aristoteles Dalam Meningkatkan Kemampuan Public Speaking Dan Relevansinya Pembelajaran.”

mengkomunikasikan dan menyajikan informasi secara efektif karena retorika harus mengejar kebenaran dan bukan hanya bermain-main dengan kata-kata. Retorika membantu penyampaian pesan dengan tujuan memengaruhi dan meyakinkan pendengar dengan menggunakan penalaran.

Memilih frasa atau istilah terbaik adalah salah satu fitur utama retorika. Oleh karena itu, agar tujuan komunikator dapat dikenali, dipahami, dan diterima oleh komunikan, maka ungkapan-ungkapan tersebut harus dipilih dan disampaikan secara persuasif. Selain itu, penggunaan bahasa yang tepat, jelas, dan sesuai dengan karakteristik audiens akan memperkuat efektivitas pesan yang disampaikan. Dengan pemilihan diksi yang baik, komunikator tidak hanya mampu menarik perhatian komunikan, tetapi juga membangun pemahaman, kepercayaan, serta mendorong perubahan sikap dan perilaku sesuai dengan tujuan komunikasi yang diharapkan. Berikut hasil analisis deskriptif model Miles dan Huberman retorika dakwah Das'ad Latif dalam video yang diunggah oleh channel Das'ad Latif dengan judul: Viral Ustadz Das'ad Latif Bareng Artis Muslim United.

1. Aspek *Pathos*¹⁴

Pathos yaitu menggambarkan daya tarik pembicara terhadap audiensnya melalui perasaan dan minat mereka. *Pathos* berarti menarik perhatian pendengar dengan membangkitkan gairah mereka. Dengan bantuan *pathos*, pembicara dapat membuat hubungan emosional dengan audiensnya. Seorang ahli retorika harus menyadari berbagai jenis emosi. Dia harus tahu kapan dan bagaimana membangkitkannya. Aristoteles menggambarkan emosi sebagai "Semua perasaan yang dapat mengubah keputusan orang dan terkadang terasa menyakitkan kadang menyenangkan" sebagai emosi pembangkit dan peredanya. Oleh karena itu, *pathos* di sini dimaksudkan sebagai bukti emosional, yaitu emosi yang diterima dari anggota audiens. Berikut penerapan *pathos* Das'ad Latif dalam dakwahnya:

¹⁴ Rita Zahara et al., "Ethos, Logos, Pathos Dalam Pidato Anies Baswedan Pada Program Desak Anies Edisi "Warga Mataram Mendesak Anies Baswedan"," *Jurnal Bastra* 4, no. 2 (2019): 268–83.

- a. Das'ad Latif ketika berdakwah sering melakukan eye contac kepada pendengarnya, hal ini bermaksud untuk menyenangkan para pendengar sehingga merasa dihargai. Dalam video tersebut terlihat ketika berbicara, Das'ad Latif melakukan eye contac dengan para mad'u yang berada dibelakangnya selaku undangan yang merupakan para selebriti, ia tidak hanya melakukan eye contac kepada para jamaah.



Gambar 1.1. Das'ad Latif menatap para mad'u dibelakangnya

- b. Selain eye contac, Das'ad Latif juga menggunakan gerakan tubuhnya untuk menarik perhatian audience, sehingga perhatian audience akan terus fokus kepada penjelasannya. Penggunaan gerakan tubuh juga memudahkan audience dalam mengingat poin-poin penting yang berurut.



Gambar 1.2. gerak tubuh Das'ad Latif ketika menyampaikan dakwahnya

- c. Das'ad Latif juga menyelipkan humor dalam ceramahnya. Dalam dakwah, humor berfungsi untuk mencairkan suasana agar tidak tegang dan monoton. Ini juga berguna agar *audience* tidak mengantuk dan jenuh, sehingga *audience* akan merasa terus merasa bersemangat hingga akhir acara.



Gambar 1.3. raksi audien ketika Das'ad Latif menyampaikan humornya

2. Aspek Ethos

Aristoteles berpendapat pembicara memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penonton sebanding dengan kemampuan penonton untuk mempengaruhi pembicara. Menyukai ide-ide yang dikemukakan oleh pembicara yang memiliki pandangan bebas. Dengan persiapan kesungguhan, ketulusan, kepercayaan, ketenangan, keramahan, dan kesederhanaan, pembicara dapat membangun citra yang objektif. Pembicara pada dasarnya tidak dapat dipercaya. Cara audiens memandang pembicara menentukan kredibilitas mereka. Akibatnya, seorang profesor mungkin terkenal di kalangan rekan-rekannya, namun tidak dikenal oleh para pedagang di pasar. Kredibilitas dapat dikembangkan dan dibangun karena sama dengan pendapat khalayak terhadap komunikator.¹⁵

kredibilitas atau *ethos* tidak bersifat tetap, melainkan dinamis dan dapat berubah sesuai dengan konteks komunikasi. Seorang pembicara yang dianggap kredibel oleh satu kelompok belum tentu memperoleh penilaian yang sama dari kelompok lainnya. Perbedaan pengalaman, tingkat pendidikan, budaya, dan pengetahuan audiens dapat memengaruhi cara mereka menilai kualitas dan kepercayaan terhadap seorang komunikator. Oleh sebab itu, pembicara perlu menyesuaikan gaya komunikasi dan pendekatan yang digunakan agar dapat membangun hubungan yang positif dengan berbagai kalangan.

¹⁵ Endah Isnaintri, Ii Faidhotuniam, and Yuyu Yuhana, "Filsafat Realisme Aristoteles: Mengungkap Kearifan Kuno Dalam Implementasi Pembelajaran Matematika," *Teorema: Teori Dan Riset Matematika* 8, no. 2 (2023): 247, <https://doi.org/10.25157/teorema.v8i2.11074>.

Lebih lanjut, kredibilitas yang kuat akan meningkatkan daya persuasi seorang pembicara dalam memengaruhi sikap, pemikiran, maupun perilaku audiens. Ketika audiens memandang pembicara sebagai sosok yang jujur, kompeten, dan memiliki itikad baik, mereka cenderung lebih terbuka terhadap gagasan yang disampaikan. Sebaliknya, rendahnya tingkat kredibilitas dapat menyebabkan pesan yang sebenarnya berkualitas menjadi kurang mendapat perhatian atau bahkan ditolak. Dengan demikian, pembentukan kredibilitas merupakan salah satu unsur penting dalam retorika yang berperan besar dalam menentukan keberhasilan proses komunikasi. Mengenai nilai kredibilitas yang dimiliki oleh Das'ad Latif ialah sebagai berikut:

- a. Otoritas atau keahlian yang dimiliki Das'ad Latif tak perlu diragukan lagi. Dia merupakan lulusan Ilmu Komunikasi dan Sarjana Agama kemudian melanjutkan pendidikan magister dengan gelar Magister Sains, lalu ia meraih gelar doktor dalam Ilmu Komunikasi (Ph.D). sehingga pengetahuan atau ilmu yang dimilikinya tidak perlu diragukan lagi. Selain berdakwah dia juga seorang dosen di Universitas Hasanudin dan seorang penulis.
- b. *Good sense*, Das'ad Latif memiliki citra objektif yang sangat kuat. Setiap argumen yang dia paparkan selalu logis dan masuk akal. Ketika berdakwah Das'ad Latif sering mengambil contoh dikehidupan sehari-hari, dan menghubungkannya dengan apa yang ada di Al-Qur'an. Cara berdakwah Das'ad Latif juga tidak menggurui, dia terkesan menganggap audiencenya seperti rekan, sehingga membuat para audience nyaman dan lebih terbuka.
- c. *Dinamisme*, ialah pembicara yang ekspresif, tegas, aktif, dan enerjik ketika berbicara. Maka dari itu, pembicara yang memiliki komponen dinamisme dipandang sebagai orang yang bersemangat, aktif, dan punya percaya diri yang kuat. Sehingga hal tersebut menular kepada audience, yang awalnya mengantuk audience akan ikut bersemangat. Ketika berdakwah Das'ad Latif selalu bersemangat dan enerjik. Dalam video Youtube tersebut, dari awal hingga akhir dia terlihat bersemangat dan tertarik dengan apa yang dibahas.

3. Aspek Logos¹⁶

Logos sebagai komponen penting selain *ethos* dan *pathos* dalam retorika Aristoteles. Logos berarti, himbauan rasional, logis dan menyentuh logika atau masuk akal. Logos adalah hal yang sangat penting untuk penilaian argumentatif sebagai salah satu dimensi persuasi. Logos berarti membujuk dengan menggunakan penalaran yang mencakup kognisi kritis, keterampilan analitis, ingatan yang baik, dan perilaku yang bertujuan, yang merupakan argumentasi paling penting. Bagi Aristoteles Logos adalah wacana rasional, logis dan argumentatif. Berikut hasil penelitian penerapan logos oleh Das'ad Latif dalam dakwahnya.

- a. Dimenit k e 18.32 dalam video dakwahnya, Das'ad Latif menjelaskan tentang apa saja yang menghancurkan amal kita, salah satunya ialah seseorang yang suka menceritakan kejelekan orang lain sehingga ia lupa akan kesalahannya sendiri. “maka saya heran sebagai anak bangsa kok orang islam dituduh selalu menyebarkan fitnah, islam sangat membenci fitnah sehingga nabi mengatakan ‘fitnah itu lebih kejam daripada membunuh’” dalam hal ini Das'ad Latif menjelaskan bahwa Islam membenci fitnah bahkan ia menyebutkan hadits nabi tentang fitnah shingga memeperkuat penyampaianya.
- b. Selain bukti dari Hadits, Das'ad Latif juga memeberikan real life example dalam penyampainnya. Hal ini dilakukan guna memberi pemahaman kepada audience dengan mudah dan logis. Das'ad Latif berusaha untuk menyadarkan para mad'u agar serius ketika solat, ia memberi gambaran dengan membandingkan untuk memudahkan pendengar. “handphone saja kau pake itu belum tentu untuk kebaikan ada buku pedoman penggunaannya, solat yang kalian pakai lima kali sehari semalam paling sedikit, lalu kenapa kau tidak pernah buka buku pedoman solatmu.” Das'ad Latif melogikakan bahwa handphon saja memiliki panduan pnggunaan

¹⁶ Meidy Aisyah, “Ethos, Pathos, Logos Dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review,” *Darma Agung* 30, no. 3 (2022): 442–69.

apalagi solat, maka dari itu dia menekankan agar serius dan khusu' ketika solat.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa retorika dakwah Das'ad Latif pada media youtube adalah sebagai berikut:

1. Ditinjau dari segi aspek *pathos*, Das'ad Latif sering membangun hubungan emosional dengan audiencenya. Penerapan daya tarik emosional audience tersebut terlihat dari penyampaian dakwahnya yang menggunakan teknik humor, melakukan eye contac dan gerakan tubuh ketika berdakwah. Selain itu, susunan kalimat yang digunakan memikat hati audience, yaitu dengan menghubungkan topik dakwahnya dengan kehidupan sehari-hari.
2. Ditinjau dari segi aspek *ethos*, Das'ad Latif memiliki kredibilitas yang tinggi. Das'ad Latif memiliki latar belakang akademis yang bagus ia merupakan lulusan doktor di Malaysia, selain itu dia juga mempunyai keahlian dibidang Ilmu komunikasi. Das'ad Latif terkenal sebagai pendakwah yang sangat toleransi terhadap agama lain, serta pembawaan dia yang santai, ramah, bersahabat, tulus sehingga membuat audience nyaman berada di dekatnya. Dilihat dari komentar di youtubenya lebih banyak non muslim yang menonton, menurut mereka dakwah Da'as Latif tidak hanya untuk kalangan umat Islam saja tetapi juga cocok dengan kehidupan universal.
3. Ditinjau dari segi aspek *logos*, Das'ad Latif sejak memiliki pemikiran yang rasional, sehingga ketika berdakwah dia selalu menyentuh sisi rasional audiencenya. Ketika berdakwah dia tidak pernah absen untuk menggunakan Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumbernya, dia juga memberikan pemikiran logis berupa real life example.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Meidy. "Ethos, Pathos, Logos Dan Komunikasi Publik: A Systematic Literature Review." *Darma Agung* 30, no. 3 (2022): 442–69.
- Arisoteles. "Retorika: Seni Berbicara." Yogyakarta: BasaBasi, 2018.
- Aristoteles. *The Art of Rhetoric*. Oxford: Megaphone eBooks, 2008.
- Febriyani, Siti Aisyah Artina, Juni Wati Sri Rizki, and Nurfitriani M. Siregar. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Dakwah Di Kalangan Mahasiswa." *Hikmah* 18, no. 1 (2024): 147–62. <https://doi.org/10.24952/hik.v18i1.10693>.
- Hadi, Rahmad Tri, and Arrasyid. "Etika Politik Aristoteles: Kohesivitas Etika Dan Politik." *Jurnal Al-Aqidah* 13, no. 2 (2021): 200–213. <https://doi.org/10.15548/ja.v13i2.3398>.
- Isnaintri, Endah, Ii Faidhotuniam, and Yuyu Yuhana. "Filsafat Realisme Aristoteles: Mengungkap Kearifan Kuno Dalam Implementasi Pembelajaran Matematika." *Teorema: Teori Dan Riset Matematika* 8, no. 2 (2023): 247. <https://doi.org/10.25157/teorema.v8i2.11074>.
- Lestari, Ayu, and Nur Asia. "Gaya Bahasa Ustadz Maulana Dalam Acara 'Islam Itu Indah.'" *Ahsan: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3, no. 1 (2024): 1–13.
- Maghfira Septi Arindita, Meila Asfi Raykhani, Naufal Ra'uf, Rulyn Ardianoor, and Yayat Suharyat. "Prinsip Dasar Ilmu Komunikasi Islam." *Religion : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya* 1, no. 5 (2022): 12–25. <https://doi.org/10.55606/religion.v1i5.17>.
- Naila, Tsania Mishbahun, and Primi Rohimi. "Digital Da'wah: The Role of Youtube in Enhancing Religious Literacy among Nahdlatul Ulama Youth." *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 8, no. 2 (2024): 137–49. <https://doi.org/10.30983/fuaduna.v8i2.9028>.
- Santoso, Joko. "Media Baru Dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim." *Maarif* 17, no. 2 (2023): 87–104. <https://doi.org/10.47651/mrf.v17i2.196>.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Syahputra, Akhmad Agung. "Analisis Filsafat: Retorika Aristoteles Dalam Meningkatkan Kemampuan Public Speaking Dan Relevansinya Pembelajaran." *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah* 7, no. 1 (2022): 15–25. <https://doi.org/10.24815/jimps.v7i1.16162>.
- Trilaksono, Bobby H., Wahyu Prasetyawan, Amirudin Amirudin, and Kiky Rizky. "Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial." *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam* 1, no. 1 (2021): 1–16. <https://doi.org/10.15408/virtu.v1i1.18073>.
- Zahara, Rita, Anisah Rahmayanti, Athiyyah Nur Roihanah, and Hindun. "Ethos,

Logos, *Pathos* Dalam Pidato Anies Baswedan Pada Program Desak Anies Edisi "Warga Mataram Mendesak Anies Baswedan".” *Jurnal Bastra* 4, no. 2 (2019): 268–83.

Zaini, Ahmad, and Dwy Rahmawati. “Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru.” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 8, no. 1 (2021): 162. <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v8i1.11238>.