

INTERAKSI PERADABAN: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam

ISSN : 2809-7645

E-ISSN : 2809-7653

DOI :

Vol. 6 No. 01, 2026

<http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi>



Model Retorika Dakwah Digital: Studi Komparatif Habib Ja'far dan Hanan Attaki di YouTube

Andri Maijar¹⁾, Latifahnum Fauza²⁾

¹⁾UIN Mahmud Yunus Batusangkar

²⁾UIN Mahmud Yunus Batusangkar

Email:

andrimaijar@uinmybatusangkar.ac.id

Keywords

Rhetoric; Preaching; Style of Language; Body Movement; YouTube

ABSTRACT

This study compares the rhetorical styles of Habib Husein Ja'far Al-Hadar and Ustadz Hanan Attaki in their YouTube da'wah videos. Using Aristotle's Rhetorical Theory (ethos, pathos, logos), qualitative content analysis was applied to four selected videos—two per preacher—matched on religious and motivational themes. Results show that Habib Ja'far employs a narrative-philosophical rhetorical model: reflective storytelling, active hand gestures, and contextual social analogies, with a logos-dominant orientation that cultivates audience contemplation. Ustadz Hanan Attaki employs a popular-emotional model: accessible youth language, minimal gesture, Quranic reading as authority, and humor insertion, with a pathos-dominant orientation that motivates practical spiritual change. Despite shared qualities—casual attire, accessible language, and youth focus—their rhetorical paradigms diverge significantly. This research fills the gap in comparative studies of digital preaching rhetoric, which has tended to be partial and focused only on the verbal dimension.

Kata Kunci

Retorika; Khotbah; Gaya Bahasa; Gerakan Tubuh; YouTube

ABSTRAK

Penelitian ini membandingkan gaya retorika Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan Ustadz Hanan Attaki dalam video dakwah mereka di YouTube. Dengan menggunakan Teori Retorika Aristoteles (etos, patos, logos), analisis konten kualitatif diterapkan pada empat video terpilih—dua video per pendakwah—yang disesuaikan berdasarkan tema keagamaan dan motivasi. Hasil menunjukkan bahwa Habib Ja'far menggunakan model retorika naratif-filosofis: bercerita reflektif, gerakan tangan aktif, dan analogi sosial kontekstual, dengan orientasi dominan logos yang menumbuhkan kontemplasi audiens. Ustadz Hanan Attaki menggunakan model populer-emosional: bahasa anak muda yang mudah diakses, gestur minimal, pembacaan Al-Quran sebagai otoritas, dan penyisipan humor, dengan orientasi dominan patos yang memotivasi perubahan spiritual praktis. Terlepas dari kesamaan kualitas—pakaian

kasual, bahasa yang mudah diakses, dan fokus pada anak muda—paradigma retorika mereka berbeda secara signifikan. Penelitian ini mengisi kekosongan dalam studi perbandingan retorika khotbah digital, yang cenderung parsial dan hanya berfokus pada dimensi verbal.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital, khususnya platform berbagi video seperti YouTube, telah membawa transformasi yang signifikan dalam cara pesan-pesan keislaman disampaikan dan diterima di Indonesia. YouTube menawarkan kombinasi unik antara jangkauan yang masif, format audio-visual yang kaya, dan kebebasan akses yang tidak terbatas—memungkinkan siapa pun untuk mengakses konten dakwah kapan saja dan di mana saja tanpa biaya (Sulaeman et al., 2020; Hamdan, 2021). Menurut Data Reportal, pada awal 2024 pengguna aktif YouTube di Indonesia mencapai 139 juta orang atau sekitar 53,8 persen dari total populasi, menjadikannya platform digital paling strategis dalam ekosistem dakwah kontemporer Indonesia.

Keberadaan YouTube sebagai ruang dakwah telah menggeser beberapa paradigma komunikasi keislaman tradisional. Pendakwah tidak lagi harus hadir secara fisik di masjid, pesantren, atau studio televisi; mereka dapat menjangkau jutaan audiens melalui sebuah video yang diunggah dari ruang sederhana. Lebih dari sekadar perubahan medium, perpindahan ini membawa implikasi retorik yang mendalam: pendakwah harus menyesuaikan gaya komunikasi, pemilihan bahasa, dan penampilan fisik mereka dengan karakter audiens digital yang lebih heterogen, lebih kritis, dan lebih mudah berpindah perhatian (Awali, 2024; Fitriana, 2022). Di sinilah kemampuan retorika menjadi faktor pembeda yang menentukan efektivitas sebuah konten dakwah.

Retorika—sebagai seni komunikasi yang bertujuan mempengaruhi audiens melalui penggunaan bahasa dan tanda-tanda komunikatif—telah menjadi objek kajian yang relevan sejak zaman klasik. Aristoteles merumuskan tiga elemen fundamental retorika yang hingga kini tetap menjadi kerangka analitik yang paling komprehensif dan banyak digunakan: *ethos* (kredibilitas dan karakter pembicara yang membangun kepercayaan), *pathos* (daya tarik emosional yang menggerakkan perasaan audiens), dan *logos* (daya tarik logis melalui argumen dan bukti yang rasional). Ketiga elemen ini tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling berinteraksi dalam setiap tindak komunikasi persuasif (Hawassy, 2023; Sunarto, 2014). Dalam konteks dakwah, retorika berperan tidak hanya sebagai teknik penyampaian, tetapi sebagai strategi membangun koneksi yang mendalam antara pendakwah, pesan, dan audiens (Hidayati, 2021).

Dua da'i yang saat ini paling menonjol dan berpengaruh dalam ekosistem dakwah YouTube Indonesia adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan Ustadz Tengku Hanan Attaki. Keduanya memiliki persamaan yang mencolok: sama-sama menargetkan generasi muda sebagai audiens utama, sama-sama menggunakan gaya komunikasi yang kasual dan tidak menggurui, sama-sama aktif di YouTube sebagai medium utama dakwah, dan sama-sama memiliki basis pengikut yang sangat besar—masing-masing 1,63 juta dan 2,94 juta subscriber per April 2025. Namun di balik kesamaan-

kesamaan permukaan ini, pendekatan retorika keduanya tampak berbeda secara mendasar. Habib Ja'far dikenal dengan gaya naratif-filosofis yang mendalam, mengundang audiens ke dalam ruang refleksi intelektual dan spiritual (Maharani, 2022), sementara Ustadz Hanan Attaki dikenal dengan gaya populer-emosional yang dekat dengan realita psikologis anak muda, khususnya dalam konteks gerakan hijrah kontemporer (Parhan et al., 2020; Prasetya, 2023).

Perbedaan yang mencolok ini mengundang pertanyaan akademis yang penting: bagaimana dua gaya retorika yang berbeda dapat sama-sama berhasil menarik jutaan audiens muda? Apa yang membedakan pilihan bahasa dan bahasa tubuh keduanya? Dan apa implikasi teoretis dari perbedaan tersebut bagi pemahaman kita tentang komunikasi dakwah digital?

Penelitian-penelitian terdahulu tentang retorika dakwah di YouTube umumnya berfokus pada satu pendakwah secara individual, atau menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur persepsi audiens tanpa menyelami karakter retorika itu sendiri secara mendalam (Aprilia, 2023; Ufairah, 2024). Kajian dalam jurnal KINEMA pun telah mendokumentasikan berbagai bentuk dakwah digital—mulai dari analisis konten TikTok (Rozi & Mastanora, 2025), personal branding pendakwah digital (Rahmatika & Okditazeini, 2025), hingga strategi komunikasi dakwah persuasif dalam konteks komunitas (Salvikar, Marhen & Ismiati, 2025)—namun analisis komparatif gaya retorika antar pendakwah dalam satu kerangka terpadu belum pernah dilakukan. Penelitian ini mengisi kekosongan tersebut.

Kebaruan penelitian ini terletak pada dua hal. Pertama, pada penggabungan dua dimensi retorika—gaya bahasa dan gaya gerak tubuh—sebagai satu kesatuan analitik yang tidak terpisahkan. Selama ini, studi retorika dakwah cenderung berfokus pada dimensi verbal saja, mengabaikan bahwa dalam medium audio-visual seperti YouTube, pesan retoris juga dibawa oleh gestur, ekspresi wajah, postur tubuh, dan pilihan penampilan (Sulistyarini & Zainal, 2018). Kedua, pada dimensi komparatif yang mempertemukan dua pendakwah dengan orientasi paradigmatis berbeda dalam satu analisis, memungkinkan identifikasi tipologi yang tidak bisa muncul dari kajian tunggal. Dengan demikian, penelitian ini mengajukan pertanyaan: Bagaimana perbandingan gaya retorika berdakwah—yang mencakup gaya bahasa dan gaya gerak tubuh—antara Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan Ustadz Hanan Attaki dalam video dakwah mereka di YouTube?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten naturalistik (Citriadin, 2020). Dalam tradisi penelitian kualitatif, analisis konten naturalistik dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengkaji makna dan fungsi retoris dari tanda-tanda komunikatif—baik verbal maupun nonverbal—secara fleksibel dan konteks-sensitif, tanpa dibatasi oleh kategori pengkodean yang kaku dan mekanistik (Asfar, 2019). Pendekatan ini sesuai dengan sifat data yang dikaji: video dakwah adalah teks multimodal yang kaya nuansa, di mana setiap elemen—pilihan kata, intonasi, gestur, ekspresi, busana, latar belakang visual—berkontribusi secara bersamaan pada efek retorika keseluruhan.

Kerangka analitik yang digunakan adalah Teori Retorika Aristoteles, yang dioperasionalkan melalui tiga dimensi: (1) *ethos*, yang meliputi cara pendakwah membangun kredibilitas, kepercayaan, dan otoritas moral; (2) *pathos*, yang mencakup strategi untuk membangkitkan respons emosional audiens—empati, harapan, kegembiraan, atau refleksi; dan (3) *logos*, yang mencakup struktur argumen, penggunaan bukti (ayat, hadis, kisah, analogi), dan koherensi penalaran. Ketiga dimensi ini dianalisis baik pada level gaya bahasa (pemilihan kata, struktur kalimat, jenis tuturan, penggunaan humor dan narasi) maupun pada level gaya gerak tubuh (gestur tangan, ekspresi wajah, postur, busana, kontak mata).

Data primer bersumber dari empat video YouTube yang dipilih secara purposif berdasarkan dua kriteria: kesesuaian tema (dua tema utama: keagamaan dan motivasional) dan representativitas gaya masing-masing pendakwah berdasarkan jumlah penonton dan respons audiens. Dari channel 'Jeda Nulis' milik Habib Ja'far: (1) 'Sholatlah' (diunggah 26 Januari 2024; 227.000 penonton; 16:35 menit) yang mewakili tema keagamaan; (2) 'Jangan Marah' (diunggah 1 September 2022; 447.000 penonton; 19:24 menit) yang mewakili tema motivasional. Dari channel 'Hanan Attaki' milik Ustadz Hanan Attaki: (3) 'Hikmah Dibalik Salat' (diunggah 5 April 2022; 231.000 penonton; 11:46 menit) yang mewakili tema keagamaan; (4) 'Obat untuk Menjawab Setiap Masalah' (diunggah 3 Mei 2023; 1.100.000 penonton; 7:13 menit) yang mewakili tema motivasional.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi sistematis dengan menonton setiap video minimal tiga kali: pertama untuk mendapatkan kesan keseluruhan, kedua untuk mencatat secara timestamped setiap kemunculan indikator gaya bahasa, dan ketiga untuk mendokumentasikan pola gerak tubuh. Catatan lapangan disusun secara terstruktur dengan kolom-kolom untuk timestamp, deskripsi perilaku komunikatif, elemen retorika yang diaktifkan (*ethos/pathos/logos*), dan interpretasi analitik. Selain itu, tangkapan layar video dijadikan data visual yang melengkapi catatan deskriptif. Data sekunder mencakup literatur akademis, penelitian terdahulu, dan dokumentasi profil channel YouTube masing-masing pendakwah.

Analisis data mengikuti model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap yang berlangsung secara simultan: (1) reduksi data, yaitu proses seleksi dan pemfokusan data pada momen-momen yang paling representatif bagi profil retorika masing-masing pendakwah; (2) penyajian data, yaitu penyusunan narasi analitik yang terorganisir berdasarkan dimensi retorika dan perbandingan antar pendakwah; dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu sintesis komparatif yang menghasilkan proposisi tentang perbedaan paradigma retorika kedua pendakwah (Emzir, 2011). Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber (mencocokkan analisis video dengan komentar audiens di YouTube dan literatur terdahulu) serta triangulasi teknik (mencocokkan catatan observasi dengan tangkapan layar visual).

Hasil dan Diskusi

Profil Kedua Pendakwah

Habib Husein Ja'far Al-Hadar lahir di Bondowoso, Jawa Timur pada 21 Juni 1988. Ia menempuh pendidikan S1 Filsafat Islam di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan melanjutkan S2 Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir di institusi yang sama, setelah sebelumnya menimba ilmu agama di Yayasan Pesantren Islam (YAPI) Bangil, Pasuruan. Habib Ja'far adalah pendakwah, penulis, aktivis lintas iman, dan pembawa acara televisi yang telah aktif di media nasional sejak masa perkuliahannya. Pendekatan dakwahnya yang inklusif—sering mengangkat isu-isu sosial, budaya, dan kemanusiaan dalam bingkai keislaman—menjadikannya figur yang unik dan kerap memicu diskursus publik. Channel YouTube 'Jeda Nulis' yang ia dirikan sejak Mei 2018 telah mengumpulkan 415 video dengan total 167 juta tayangan dan 1,63 juta subscriber per April 2025.



Foto 1. Habib Husein Ja'far Al-Hadar (Sumber: Indopop, 2024)

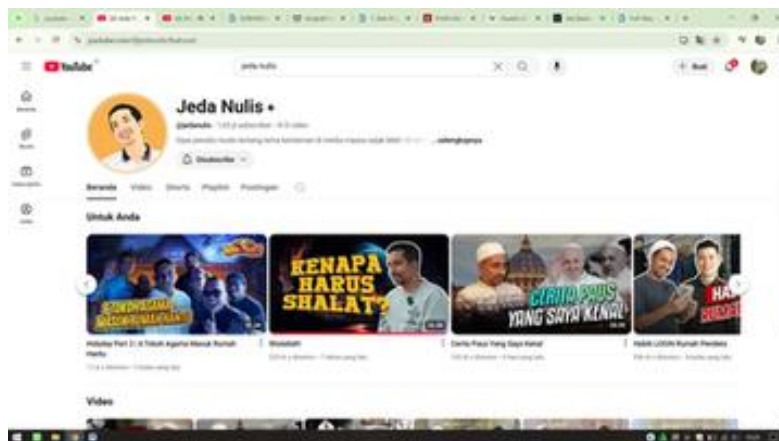


Foto 2. Tampilan Channel YouTube 'Jeda Nulis' milik Habib Ja'far dengan 1,63 Juta Subscriber (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Ustadz Tengku Hanan Attaki lahir di Banda Aceh pada 31 Desember 1981. Ia adalah alumni Universitas Al-Azhar, Kairo, Mesir, dengan spesialisasi Tafsir Al-Qur'an—sebuah latar belakang akademis Islam yang kuat yang kemudian ia komunikasikan dalam bahasa yang paling sederhana dan membumi. Ia mendirikan Gerakan Pemuda Hijrah ('Shift') pada tahun 2015, sebuah komunitas yang menjadikannya ikon dakwah kontemporer bagi generasi milenial dan Gen Z Indonesia. Filosofi dakwahnya berpusat pada gagasan bahwa Islam adalah agama yang indah, mudah, dan relevan dengan kehidupan anak muda. Channel 'Hanan Attaki' yang ia buka sejak Mei 2017 telah meraih 2,94 juta subscriber dan 123 juta tayangan dengan 296 video per April 2025.



Foto 3. Ustadz Tengku Hanan Attaki (Sumber: Teras7.com, 2024)



Foto 4. Tampilan Channel YouTube 'Hanan Attaki' dengan 2,94 Juta Subscriber (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Kedua pendakwah ini memiliki kesamaan dalam hal: (a) menargetkan generasi muda sebagai audiens primer; (b) menggunakan medium YouTube sebagai platform dakwah utama; (c) menghindari gaya ceramah formal yang kaku; (d) membangun persona publik yang dekat dan tidak eksklusif; dan (e) meraih tingkat keterlibatan audiens yang tinggi sebagaimana tercermin dalam jumlah subscriber dan tayangan. Kesamaan-kesamaan ini menjadikan perbandingan gaya retorika keduanya semakin bermakna, karena perbedaan yang muncul di antara mereka bukan disebabkan oleh faktor kontekstual yang berbeda, melainkan oleh pilihan-pilihan retorik yang berbeda dalam kondisi yang relatif setara.

Gaya Retorika Berdakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar

Gaya Bahasa Habib Ja'far

Gaya bahasa paling dominan dalam dakwah Habib Ja'far adalah naratif-filosofis: setiap pesan keislaman disampaikan melalui sebuah cerita yang dipahat dengan cermat, baik bersumber dari kisah para nabi, sejarah peradaban Islam, pengalaman pribadi, maupun fenomena sosial yang diinterpretasikan melalui kacamata spiritual-filosofis. Berbeda dengan ceramah konvensional yang cenderung menyajikan hukum atau ajaran secara langsung, Habib Ja'far memilih mendatangkan pendengar pada kesimpulan moral melalui proses naratif yang merangsang refleksi.

Dalam video 'Sholatlah' (menit 12:12), ia mengisahkan seorang spiritualis dari Yaman yang rela menghentikan sementara rapat bisnisnya yang penting demi menunaikan salat. Narasi ini berfungsi secara retorik pada tiga level sekaligus: pada level ethos, ia menunjukkan kedalaman wawasan lintas

budaya yang membangun otoritas intelektualnya; pada level pathos, cerita tentang seseorang yang konsisten beribadah di tengah tekanan duniawi menggerakkan kekaguman dan aspirasi; pada level logos, kisah itu menjadi premis konkret yang membangun argumen bahwa prioritas ibadah tidak berkontradiksi dengan kesuksesan duniawi—keduanya bisa berjalan beriringan.



Foto 5. Habib Ja'far Menyampaikan Dakwah dengan Gaya Naratif dan Gestur Ekspresif (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Habib Ja'far secara konsisten menghubungkan pesan agama dengan situasi dan keresahan kehidupan sehari-hari yang dikenali oleh audiens. Kemampuan ini—mengambil sebuah momen kehidupan biasa dan menjadikannya jendela menuju kesadaran spiritual—adalah salah satu kekuatan retorisnya yang paling khas. Dalam 'Jangan Marah' (menit 12:42), ia mengisahkan skenario seseorang yang menyerobot antrean apotek, kemudian secara mengejutkan membalik perspektif audiens: mungkin orang itu menyerobot karena ada anggota keluarganya yang butuh segera mendapat obat. Pembalikan perspektif ini bukan hanya mengajarkan kelapangan hati, tetapi juga melatih audiens untuk mengembangkan kemampuan berpikir kontekstual—sebuah keterampilan kognitif sekaligus spiritual.



Foto 6. Habib Ja'far Menyampaikan Dakwah dengan Konteks Realita Kehidupan Sehari-hari (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Dalam 'Sholatlah' (menit 06:49), ia mengangkat kebiasaan melewatkan salat ketika sedang berlibur—sebuah pengalaman yang sangat familiar bagi banyak audiens. Alih-alih menghakimi, ia mengemas pesan ini dalam bingkai pertanyaan reflektif: apakah kita benar-benar 'healing' ketika

melupakan salat, ataukah justru melewatkan sumber ketenangan yang paling sejati? Kontekstualisasi semacam ini memperkuat pathos karena audiens merasa dikenali dan dipahami, bukan dihakimi.

Habib Ja'far secara konsisten menggunakan kata ganti orang pertama jamak 'kita' dalam mengajak audiens—bukan 'kalian' yang bernuansa instruktif. Pernyataan 'maka dari itu tidak ada jalan lain bagi kita kecuali selalu mengontrol amarah kita' (video 'Jangan Marah', menit 16:31) adalah contoh terbaik: dengan menempatkan dirinya dalam posisi yang sama dengan audiens sebagai seseorang yang juga perlu terus belajar mengendalikan amarah, ia menghilangkan jarak hierarkis antara pendakwah dan yang didakwahi. Ini bukan hanya strategi ethos (menunjukkan kerendahan hati), tetapi juga strategi logos yang efektif karena ajakan moral terasa lebih dapat dilaksanakan ketika datang dari seseorang yang merasakan tantangan yang sama.

Meski bukan komedian, Habib Ja'far kerap menyisipkan humor yang halus dan tidak dipaksakan—humor yang lahir dari ketajaman observasi terhadap realita sosial. Humor ini berfungsi untuk mencairkan ketegangan sebelum poin moral yang lebih serius, sekaligus menunjukkan bahwa keislaman tidak harus tampil dalam kerangka yang berat dan mengancam. Lebih dari itu, Habib Ja'far sering mengakhiri segmen naratifnya dengan pertanyaan retorik terbuka yang mendorong audiens untuk terus berpikir setelah video berakhir—sebuah strategi yang mengubah pengalaman menonton dari konsumsi pasif menjadi dialog intelektual yang aktif (Hawassy, 2023).

Gaya Gerak Tubuh Habib Ja'far

Salah satu ciri paling khas dan mudah dikenali dari dakwah Habib Ja'far adalah penggunaan gerakan tangan yang aktif, bervariasi, dan ekspresif sebagai alat retorik visual. Gerakannya bukan sekadar dekorasi—setiap gerakan memiliki fungsi komunikatif yang spesifik. Dalam 'Sholatlah' (menit 05:18), ia secara fisik memeragakan seseorang yang asyik bermain HP saat berwisata—menundukkan kepala, memainkan jari-jari seolah mengetik layar sentuh—untuk mengkritik kebiasaan wisata tanpa makna spiritual. Dramatisasi fisik ini mengubah kritik abstrak menjadi sebuah adegan visual yang lucu sekaligus menohok, jauh lebih efektif daripada pernyataan verbal yang tersurat.



Foto 7. Habib Ja'far Menggunakan Kedua Tangan untuk Mempertegas Poin Argumentatif (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Ketika sedang membangun argumen yang kompleks, Habib Ja'far kerap menggunakan gerakan tangan yang terkoordinasi—tangan kiri dan kanan masing-masing mewakili dua hal yang sedang dibandingkan atau dikontraskan—sehingga penonton dapat 'melihat' struktur argumennya secara visual, tidak hanya mendengar. Ini adalah bentuk logos yang bersifat multimodal: argumen disampaikan secara serentak melalui kata-kata dan melalui tubuh.

Ekspresi wajah Habib Ja'far bersifat adaptif dan responsif terhadap isi yang sedang disampaikan. Pada saat-saat refleksi mendalam, wajahnya tenang dan serius; saat menyisipkan humor, senyum kecil muncul dengan natural; saat menyampaikan penegasan moral yang kuat, alisnya sedikit mengerut dan tatapannya lebih langsung ke kamera. Dinamika ekspresi ini menciptakan pengalaman komunikasi yang hidup dan terasa autentik—audiens merasakan bahwa pendakwah sungguh-sungguh menghayati apa yang disampaikan, bukan sekadar mengulang hafalan (Sulistyarini & Zainal, 2018).



Foto 8. Ekspresi Wajah Dinamis Habib Ja'far yang Mencerminkan Penghayatan Isi Dakwah (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Habib Ja'far berdakwah sambil duduk dengan posisi yang rileks—sering kali dengan tangan dilipat di depan atau diletakkan di atas lutut. Postur ini secara kinestetis menciptakan kesan percakapan antar teman, bukan ceramah seorang guru kepada murid. Kontak mata yang konsisten dengan kamera—seolah menatap langsung mata setiap penonton—memperkuat ilusi kedekatan personal ini, mengubah medium video menjadi ruang percakapan intim.



Foto 9. Postur Duduk Santai Habib Ja'far yang Menciptakan Atmosfer Dialog (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Dalam 'Sholatlah', Habib Ja'far mengenakan sweater abu-abu dan celana panjang tanpa peci—penampilan yang identik dengan seorang intelektual urban modern. Dalam 'Jangan Marah', ia muncul dengan baju koko putih dan peci putih—simbol identitas Muslim yang tegas namun tidak formal. Osilasi antara kedua register penampilan ini bukan kebetulan; ia menegaskan bahwa Islam Habib Ja'far adalah Islam yang hadir di semua ruang kehidupan, dari kafetaria hingga masjid, dari percakapan santai hingga ceramah keagamaan. Pesan retorika ini disampaikan melalui tubuh dan pakaian, bukan hanya melalui kata-kata.



Foto 10. Penampilan Kasual Urban Habib Ja'far dalam Video 'Sholatlah' (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Secara keseluruhan, gaya retorika Habib Ja'far mencerminkan apa yang oleh peneliti ini disebut sebagai paradigma dakwah kontemplatif: sebuah pendekatan komunikasi yang berpusat pada pembangunan kapasitas berpikir audiens—melatih mereka untuk melihat realita kehidupan melalui lensa spiritual yang kritis dan reflektif. Ethos dibangun melalui kombinasi kedalaman keilmuan dan kerendahan hati; pathos hadir sebagai efek samping alami dari narasi yang berhasil menyentuh pengalaman bersama; dan logos adalah kekuatan utama yang menggerakkan seluruh konstruksi retorika.

Gaya Retorika Berdakwah Ustadz Hanan Attaki

Gaya Bahasa Ustadz Hanan Attaki

Gaya bahasa dominan Ustadz Hanan Attaki adalah populer-emosional: ia secara presisi mengidentifikasi dan menamakan keresahan-keresahan psikologis yang paling umum dialami oleh generasi muda, lalu menghadirkan solusi keislaman sebagai respons yang terasa relevan dan mungkin untuk dilaksanakan. Kosakata adalah kosakata generasi muda: 'overthinking', 'insomnia', 'capek hati', 'healing', 'nggak bisa tidur'—bukan terminologi teologis atau akademis. Pilihan ini bukan kesederhanaan yang sembarangan; ini adalah strategi retorika yang sangat terkalkulasi.

Dalam video 'Hikmah Dibalik Salat' (menit 05:44), ia mengucapkan:

"Yang pernah ngerasain capek perasaan, capek hati, capek fikiran sampai nggak bisa tidur, insomnia, overthinking, segala macam—ternyata rehat bagi fikiran kita, rehat bagi jiwa hati dan perasaan kita itu adalah salat."

Kalimat pembuka yang mendeskripsikan berbagai bentuk kelelahan emosional berfungsi sebagai cermin: audiens yang mengalami kondisi tersebut merasa langsung dikenali dan dipahami sebelum menerima pesan keislaman. Ini adalah pathos tingkat tinggi—rasa dikenali mendahului rasa diyakinkan, sehingga pertahanan psikologis audiens turun secara natural sebelum pesan inti disampaikan.



Foto 11. Ustadz Hanan Attaki Menyampaikan Pesan Dakwah dengan Bahasa Populer dan Emosional (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Ceramah Ustadz Hanan Attaki sarat dengan semangat perbaikan diri dan hijrah. Ia tidak berhenti pada deskripsi masalah; setiap identifikasi keresahan selalu diikuti dengan jalur keluar yang konkret dan terasa ringan. Dalam 'Obat untuk Menjawab Setiap Masalah' (menit 06:23), ia berbagi pengalaman pribadinya tentang bagaimana tadabbur Al-Qur'an secara konsisten memberinya jawaban atas kebuntuan-kebuntuan hidup. Penggunaan testimoni personal ini memiliki kekuatan retorik yang berlapis: pada level ethos, ia menjadi kredibel karena berbicara dari pengalaman, bukan teori; pada level pathos, ia memperlihatkan kerentanan yang mengundang empati; dan pada level logos, ia menjadi model perilaku yang membuktikan bahwa solusi yang ditawarkan benar-benar berhasil.

Ustadz Hanan Attaki adalah maestro kesederhanaan konseptual: ia mampu mengkristalkan ajaran yang kompleks menjadi frase yang sangat mudah dipahami dan diingat. Definisinya tentang tarawih sebagai 'istirahat' dalam 'Hikmah Dibalik Salat' (menit 03:32) adalah contoh paling memukau: dengan satu kata universal, ia menghubungkan ibadah ritual dengan kebutuhan manusiawi yang paling fundamental. Orang yang paling awam pun dapat memahami dan merasakan relevansi definisi ini secara instan. Dari perspektif logos, kesederhanaan ini bukan pengurangan—melainkan kompresi yang brilian.

Ustadz Hanan Attaki secara konsisten menggunakan kisah Nabi Muhammad sebagai sumber inspirasi sekaligus otoritas. Berbeda dengan Habib Ja'far yang menggunakan narasi sosial dan filosof untuk membangun refleksi, Hanan Attaki menggunakan kisah Nabi untuk menyediakan model perilaku yang langsung dapat diteladani. Dalam 'Hikmah Dibalik Salat' (menit 02:39), ia menceritakan bahwa Rasulullah menjadikan salat sebagai tempat istirahat dari penat kehidupan—sebuah reframing yang mengubah persepsi audiens tentang salat dari kewajiban menjadi privilege. Logos-nya diperkuat oleh otoritas sunnah, sementara pathos-nya hadir melalui bayangan seorang

Nabi yang juga merasakan kelelahan dan menemukan kedamaian dalam salat—sebuah gambaran yang sangat manusiawi.

Gaya Gerak Tubuh Ustadz Hanan Attaki

Profil gestural Ustadz Hanan Attaki berbeda fundamental dari Habib Ja'far: gesturnya cenderung terbuka, ringan, dan empatik—bukan ekspresif dan dramatis. Momen paling signifikan adalah saat ia menyentuh dadanya sambil mengucapkan 'perasaan kita yang terluka' dalam 'Obat untuk Menjawab Setiap Masalah' (menit 00:04). Gerakan tunggal yang kecil ini melakukan pekerjaan retorik yang besar: ia mengubah deskripsi verbal tentang rasa sakit emosional menjadi pengalaman yang terasa nyata dan hadir secara fisik. Sentuhan dada adalah bahasa tubuh universal untuk empati dan ketulusan—audiens melihat bahwa pendakwah merasakan apa yang mereka rasakan (Sulistyarini & Zainal, 2018).



Foto 12. Gestur Tangan Ustadz Hanan Attaki yang Terbuka sebagai Tanda Empati (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Pada menit 02:23 dan 05:57 video 'Obat untuk Menjawab Setiap Masalah', Ustadz Hanan Attaki menyelipkan humor ringan yang mencairkan suasana tanpa mengurangi substansi pesan. Humor ini adalah strategi pathos yang sangat efektif: ia menciptakan momen kebersamaan (audiens dan pendakwah sama-sama tertawa), menurunkan resistensi psikologis, dan menggeser persepsi tentang ceramah agama dari sesuatu yang serius dan mengancam menjadi sesuatu yang menyenangkan dan bersahabat (Saputra, 2024). Bagi generasi muda yang terbiasa dengan konten hiburan, humor adalah pintu gerbang ke dalam pesan yang lebih dalam.



Foto 13. Ekspresi Hangat Ustadz Hanan Attaki Saat Menyisipkan Humor dalam Ceramah (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Dalam 'Hikmah Dibalik Salat', Ustadz Hanan Attaki konsisten memegang Al-Qur'an dan sesekali membacanya sepanjang video. Kehadiran fisik Al-Qur'an ini bukan sekadar pernak-pernik; ia adalah properti retorik yang berfungsi pada tiga level: pada level ethos, Al-Qur'an menandakan bahwa setiap klaim yang disampaikan bersandar pada otoritas wahyu, bukan opini pribadi; pada level pathos, kehadiran teks suci mengundang rasa hormat dan keterbukaan hati pada audiens yang beriman; dan pada level logos, Al-Qur'an menjadi sumber utama bukti yang mendukung argumen-argumen yang disampaikan.



Foto 14. Ustadz Hanan Attaki Memegang Al-Qur'an sebagai Otoritas Visual dalam Dakwah (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)



Foto 15. Postur Duduk Tenang Ustadz Hanan Attaki Sambil Bersandar pada Teks Suci (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Berbeda dengan ekspresi Habib Ja'far yang dinamis dan adaptif, ekspresi wajah Ustadz Hanan Attaki cenderung hangat dan stabil: senyum yang tulus, tatapan yang lembut, dan ekspresi yang konsisten menciptakan rasa keamanan emosional bagi audiens. Stabilitas ekspresi ini bukan monoton—ia adalah sinyal ketenangan batin yang menjadi bagian dari pesan itu sendiri: seorang pendakwah yang tenang dan bahagia memberikan bukti hidup bahwa ajaran yang disampaikannya membawa kedamaian nyata.



Foto 16. Ustadz Hanan Attaki Membacakan Ayat Al-Qur'an dengan Ekspresi Penuh Penghayatan (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Pilihan busana Ustadz Hanan Attaki—hoodie dan peci dalam 'Hikmah Dibalik Salat'; kemeja lengan panjang gelap dan kupluk dalam 'Obat untuk Menjawab Setiap Masalah'—secara konsisten menempatkannya dalam dunia audiens muda, bukan di atasnya. Strategi ini oleh para peneliti komunikasi disebut 'visual solidarity' (Parhan et al., 2020): dengan berpenampilan layaknya pemuda masa kini, ia meminimalkan jarak sosial yang sering menjadi hambatan dalam penerimaan pesan dakwah dari figur otoritas. Pesan nonverbalnya adalah: 'Saya sama seperti kalian—dan inilah yang saya temukan.'



Foto 17. Penampilan Kasual Anak Muda Ustadz Hanan Attaki sebagai Strategi Visual Solidarity (Sumber: Dokumen Pribadi, 2025)

Secara keseluruhan, gaya retorika Ustadz Hanan Attaki mencerminkan paradigma dakwah motivasional: sebuah pendekatan yang berpusat pada pengurangan hambatan emosional terhadap praktik keagamaan. Dengan memvalidasi keresahan audiens, menyederhanakan ajaran, dan menghadirkan Islam sebagai solusi yang terasa ringan dan penuh cinta, ia menggerakkan perubahan

perilaku dari dalam—bukan melalui tekanan atau ancaman, tetapi melalui inspirasi dan kedekatan. Pathos adalah kekuatan penggerak utama yang mengaktifkan ethos dan logos sebagai pendukung.

Perbandingan dan Diskusi Komparatif

Dari analisis terhadap gaya bahasa dan gaya gerak tubuh masing-masing pendakwah, tabel berikut menyajikan perbandingan sistematis yang memungkinkan identifikasi perbedaan paradigmatis secara lebih jelas.

Tabel 1. Perbandingan Gaya Retorika Dakwah Habib Ja'far dan Ustadz Hanan Attaki

Aspek	Habib Husein Ja'far Al-Hadar	Ustadz Hanan Attaki
Gaya Bahasa Dominan	Naratif dan filosofis; bersumber dari kisah sejarah Islam, pengalaman pribadi, dan fenomena sosial	Populer dan emosional; menggunakan kosakata keseharian anak muda dan keresahan psikologis generasi milenial
Keunggulan Gaya	Storytelling reflektif yang mengundang kontemplasi mendalam; audiens diajak berpikir kritis	Bahasa ringkas dan ringan yang relevan dengan kehidupan anak muda; fokus pada semangat dan perubahan (hijrah)
Ethos	Tenang, santun, tidak menggurui; kedalaman keilmuan filsafat Islam membangun otoritas moral yang rendah hati	Ketulusan berbasis pengalaman pribadi; bahasa gaul dan penampilan anak muda membangun kedekatan sosial
Pathos	Cerita kontekstual dekat dengan kehidupan nyata (antrean apotek, healing tanpa salat) yang membangkitkan empati bertahap	Kosakata emosional yang menyentuh langsung ('capek hati', 'overthinking', 'insomnia'); humor ringan mencairkan resistensi
Logos	Analogi dan penalaran kritis; kesimpulan moral dibangun melalui alur refleksi yang bertahap dan terstruktur	Definisi sederhana dan rasional (tarawih = istirahat); otoritas Qur'an sebagai dasar argumentasi
Gestur Tangan	Aktif dan ekspresif; gerakan tangan memvisualisasikan konsep abstrak dan dramatisasi narasi	Terbuka dan ringan; sentuhan dada sebagai penanda empati; minim dramaturgi untuk menonjolkan pesan
Ekspresi Wajah	Dinamis dan adaptif; tenang saat refleksi, sedikit animasi saat humor, serius saat penegasan moral	Ramah, penuh semangat, stabil; senyum hangat dan kontak mata membangun kedekatan humanis
Posisi Berdakwah	Duduk santai; postur rileks menciptakan suasana dialog setara, bukan ceramah sepihak	Duduk sambil memegang/membuka Al-Qur'an; menunjukkan otoritas berbasis teks suci sekaligus keintiman
Busana (Video 1)	Sweater abu-abu, celana panjang, tanpa peci (kasual urban)	Hoodie hitam-abu, peci hitam (kasual anak muda)
Busana (Video 2)	Baju koko putih, celana panjang, peci putih (kasual religius)	Kemeja lengan panjang gelap, kupluk gelap (kasual anak muda)
Paradigma Dakwah	Dakwah kontemplatif: mengundang berpikir kritis dan refleksi spiritual mendalam; mengubah cara pandang audiens	Dakwah motivasional: menurunkan ambang praktik keagamaan melalui keterjangkauan emosional; menggerakkan perubahan perilaku

Target Kebutuhan Audiens	Audiens yang mencari pencerahan intelektual, makna mendalam, dan perspektif baru tentang kehidupan beragama	Audiens yang kelelahan secara emosional, mencari dukungan, semangat hijrah, dan cara praktis untuk dekat dengan Allah
--------------------------	---	---

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Data komparatif dalam tabel di atas mengungkap perbedaan yang lebih dari sekadar perbedaan gaya personal—ia mencerminkan perbedaan dalam orientasi paradigmatis dakwah yang mendasar. Perbedaan ini paling jelas terlihat dalam tiga hal:

Pertama, dalam hal sumber otoritas. Habib Ja'far membangun otoritas (*ethos*) terutama melalui kedalaman keilmuan dan kemampuan berpikir filosofis—ia adalah intelektual yang berbagi wawasan. Ustadz Hanan Attaki membangun otoritas terutama melalui ketulusan dan kesaksian personal—ia adalah teman perjalanan yang berbagi pengalaman. Kedua pendekatan ini sah secara retorik, tetapi keduanya berbicara kepada kebutuhan audiens yang berbeda: satu menarik bagi mereka yang haus pencerahan intelektual, yang lain menarik bagi mereka yang haus dukungan emosional.

Kedua, dalam hal strategi *logos*. Habib Ja'far membangun argumen melalui analogi bertahap—ia mengambil kasus konkret, mengeksplorasi maknanya secara filosofis, dan membangun kesimpulan moral yang kompleks. Ini adalah *logos* yang bersifat induktif dan eksploratif. Ustadz Hanan Attaki membangun argumen melalui penyederhanaan konseptual dan otoritas teks—ia mengambil definisi atau kisah Nabi, dan menunjukkan relevansinya dengan pengalaman langsung audiens. Ini adalah *logos* yang bersifat deduktif dan afirmatif. Keduanya valid, tetapi menghasilkan pengalaman intelektual yang berbeda bagi audiens.

Ketiga, dalam hal fungsi gerak tubuh. Bagi Habib Ja'far, gerak tubuh berfungsi sebagai ekstensi verbal—ia memperluas dan memperkaya apa yang dikatakan dengan kata-kata. Bagi Ustadz Hanan Attaki, gerak tubuh berfungsi sebagai sinyal empatik—ia mengkomunikasikan kehadiran dan empati lebih dari sekadar memperjelas konten. Perbedaan fungsi ini mencerminkan perbedaan orientasi: yang satu berpusat pada gagasan, yang lain berpusat pada relasi.

Temuan ini memperluas dan memperinci kajian retorika dakwah digital yang telah dirintis dalam jurnal KINEMA. Rozi & Mastanora (2025) menunjukkan bahwa konten dakwah di platform digital seperti TikTok memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda dari ceramah konvensional, dan bahwa analisis konten dapat mengungkap lapisan-lapisan pesan yang tidak tampak pada pandangan pertama. Salvikar, Marhen & Ismiati (2025) menemukan bahwa strategi dakwah persuasif yang berhasil memerlukan adaptasi pendekatan terhadap karakteristik komunitas sasaran. Rahmatika & Okditazeini (2025) menunjukkan bagaimana personal branding pendakwah digital dibangun secara strategis melalui berbagai elemen komunikasi yang terintegrasi. Penelitian ini menambahkan dimensi baru yang belum disentuh: di tingkat individu pendakwah, efektivitas retorika tidak ditentukan oleh kelengkapan penggunaan *ethos*, *pathos*, dan *logos* secara merata—melainkan oleh koherensi internal antara ketiganya dalam satu orientasi paradigmatis yang konsisten.

Lebih jauh, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekosistem dakwah digital Indonesia memuat dua populasi audiens dengan kebutuhan yang berbeda namun sama-sama sah: mereka yang mencari kedalaman intelektual dan refleksi filosofis dalam beragama, dan mereka yang mencari dukungan emosional dan motivasi praktis untuk menjalani kehidupan Islam. Kehadiran dua model retorika yang kontras dalam satu ekosistem—dan keberhasilan keduanya menarik jutaan audiens—mengindikasikan bahwa tidak ada satu cara tunggal dalam berdakwah yang unggul secara absolut. Setiap paradigma melayani kebutuhan yang berbeda, dan kearifan seorang pendakwah terletak pada kemampuannya mengenali kebutuhan audiens yang hendak dijangkau dan membangun retorika yang paling koheren dengan kebutuhan tersebut.

Kesimpulan

Penelitian ini membandingkan gaya retorika berdakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar dan Ustadz Hanan Attaki dalam video YouTube menggunakan kerangka Teori Retorika Aristoteles melalui analisis konten kualitatif terhadap empat video pilihan. Kedua pendakwah menerapkan elemen-elemen retorika ethos, pathos, dan logos secara efektif, namun dengan orientasi yang berbeda secara paradigmatis.

Habib Ja'far menghadirkan model retorika dakwah kontemplatif yang bertumpu pada narasi filosofis-reflektif, gestur tangan ekspresif sebagai perpanjangan argumen verbal, kontekstualisasi kehidupan sosial, dan logos sebagai kekuatan penggerak utama. Dakwahnya mengundang audiens untuk berpikir lebih dalam, mempertanyakan, dan merenungi—mengubah cara pandang mereka tentang agama dan kehidupan. Ustadz Hanan Attaki menghadirkan model retorika dakwah motivasional yang bertumpu pada bahasa populer-emosional, gestur empatikal yang minimal namun bermakna, Al-Qur'an sebagai otoritas visual, humor sebagai jembatan emosional, dan pathos sebagai kekuatan penggerak utama. Dakwahnya mengundang audiens untuk bergerak, berubah, dan menemukan Allah melalui pintu yang paling dekat dengan keresahan mereka.

Perbedaan antara keduanya bukan tentang mana yang lebih baik, melainkan tentang paradigma komunikasi dakwah yang berbeda untuk melayani kebutuhan audiens yang berbeda. Temuan ini memiliki implikasi praktis bagi para pendakwah digital: sebelum merancang konten, kenali terlebih dahulu siapa audiens yang hendak dijangkau—apakah mereka membutuhkan pencerahan intelektual atau dukungan emosional—kemudian bangun koherensi antara gaya bahasa, gerak tubuh, dan orientasi retorika yang dipilih. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup sampel, ketersediaan data, serta metode analisis yang digunakan, sehingga hasilnya belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengkaji respons dan keterlibatan audiens secara langsung guna memverifikasi dampak masing-masing model retorika, serta untuk mengembangkan tipologi yang lebih komprehensif dari gaya retorika pendakwah digital Indonesia.

Referensi

- Adhanie, F. B. Al. (2017). *Retorika dakwah*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Aisyah, M. (2019). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: A systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 11(1), 1–14.
- Aizzah, F. A. N. (2019). *Perbandingan gaya retorika dakwah Ustadz Abdul Somad dengan Ustadz Hanan Attaki*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga.
- Anggita, L., Sihabuddin, M. A., & Hamandia, M. R. (2023). Persepsi mahasiswa terhadap dakwah Habib Jafar di channel YouTube pemuda tersesat. *Jurnal An-Nasyr*, 0147, 3–6.
- Aprilia, M. (2023). *Perbedaan retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki dengan Ustadzah Oki Setiana Dewi melalui kanal YouTube*. Skripsi. UIN Salatiga.
- Asfar, I. T. (2019). Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik (penelitian kualitatif). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.21963.41767>
- Awali, I. K. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Basrowi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Rineka Cipta.
- Citriadin, Y. (2020). *Metode penelitian kualitatif: Suatu pendekatan dasar*. Sanabil Creative.
- Emzir. (2011). *Metodologi penelitian kualitatif analisis data*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Fitriana, D. (2022). *Media digital dan eksistensi dakwah masa kini*. Nusantara IAIN Parepare.
- Hamdan. (2021). YouTube sebagai media dakwah. *Journal of Social Religion Research*. <https://doi.org/10.55606/af.v6i1.882>
- Hawassy, A. (2023). *Pengantar ilmu retorika dakwah*. PT Ruang Rosadi Corpora.
- Hidayati, S. (2021). Retorika dakwah: Studi retorika dakwah Lulung Muntazah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 8(2), 6.
- Ishaq, R. E. (2016). *Pengantar ilmu dakwah*. Madani.
- Kusbandrijo, B. (2019). *Dasar-dasar logika*. Prenada Media.
- Maharani Shifana. (2022). *Perbandingan gaya retorika dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar*. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Parhan, M., Riezky, P., & Alifa, S. (2020). Analisis metode baru dakwah Hanan Attaki di era konvergensi media. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10, 175–196. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Prasetya, R. P. D. (2023). Analisis pesan dakwah Ustadz Hanan Attaki pada YouTube dengan tema mengatasi sifat yang sering berkeluh kesah. *ARIMA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 1(2), 293–298.
- Putri, E. W. (2022). Analisis konten dakwah dalam channel YouTube Omar & Hana Islamic cartoons for kids. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 1–9.

- Rahmatika, & Okditazeini, V. (2025). Strategi personal branding sebagai pendakwah digital pada akun Instagram @alfatahar_. KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran, 4(2), 133–147. <https://doi.org/10.31958/kinema.v4i2.16550>
- Rozi, & Mastanora, R. (2025). Analisis konten pada akun TikTok @Story'Islam perspektif dakwah. KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran, 4(2), 78–91. <https://doi.org/10.31958/kinema.v4i2.16546>
- Rusnali, N. A. (2024). Ilmu dakwah dan komunikasi. Media Nusa Creative.
- Salvikar, N., Marhen, & Ismiati. (2025). Strategi komunikasi dakwah persuasif Prima DMI dalam membina remaja masjid di Nagari Paninggahan Kec. Junjung Sirih Kab. Solok. KINEMA: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran, 4(2), 120–132. <https://doi.org/10.31958/kinema.v4i2.16549>
- Saputra, R. A. (2024). Retorika. Wawasan Ilmu.
- Siswanto. (2024). Pendekatan kontekstual dalam pengajaran Al-Qur'an dan Hadis. Jurnal Studi Islam, 3. <https://doi.org/10.47902/al-akmal.v3i6>
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sulaeman, A. R., Fazri, A., & Fairus, F. (2020). Strategi pemanfaatan YouTube dalam bidang dakwah oleh ulama Aceh. Communication, 11(1), 81–93.
- Sulistyarini, D., & Zainal, G. A. (2018). Buku ajar retorika. CV. AA. Rizky.
- Sunarto, A. (2014). Retorika dakwah: Petunjuk menuju peningkatan kemampuan berpidato. Jaudar Press.
- Ufairah, R. (2024). Retorika dakwah para da'i dalam program acara Islam itu indah di Trans TV. IAIN Parepare.
- Umro'Atin, Y. (2020). Dakwah dalam Al-Qur'an. Jakad Media Publishing.
- Z.A, W. (2023). Retorika dakwah Ustadz Hanan Attaki di media YouTube. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.