

**Retorika Aristoteles dalam Dakwah Digital Hanan Attaki: Ethos, Pathos, dan Logos****Febby Febryanti^a, Rhani Febria^b**

Universitas Islam Riau

febbyfebryanti1202@gmail.com^a, rhanifebria@edu.uir.ac.id^b**Diterima: Juni 2026. Disetujui: Agustus 2026. Dipublikasi: Agustus 2026.****Abstract**

This study examines a concrete problem in digital da'wah communication: how Hanan Attaki constructs persuasive messages on forgiveness that remain theologically grounded while addressing emotional dilemmas faced by young audiences. The purpose is to analyze Aristotelian rhetoric—ethos, pathos, and logos—in the YouTube video Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? (uploaded 22 April 2026). Using a qualitative descriptive design, the unit of analysis was rhetorical segments in the video transcript, coded through operational indicators of ethos, pathos, and logos. The findings show that ethos is built through Qur'anic authority and prophetic narrative; pathos through emotionally resonant everyday scenes; and logos through causal reasoning, historical analogy, and behavioral definitions of forgiveness. The study benefits digital da'wah scholarship by demonstrating that classical rhetorical proofs remain analytically productive for contemporary religious communication on social media, especially on themes linking faith, interpersonal conflict, and emotional well-being.

Keywords: Aristotelian Rhetoric, Digital Da'wah Media, Persuasive Communication, Ethos, Pathos, Logos

Abstrak

Penelitian ini berangkat dari persoalan konkret dalam komunikasi dakwah digital, yaitu bagaimana Hanan Attaki membangun pesan persuasif tentang memaafkan yang tetap berpijak pada dalil keagamaan sekaligus menjawab dilema emosional audiens muda. Tujuan penelitian adalah menganalisis retorika Aristoteles ethos, pathos, dan logos pada video YouTube Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? [Rest.Found] yang diunggah pada 22 April 2026. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif, unit analisis berupa segmen retorik dalam transkrip video yang dikode berdasarkan indikator operasional ethos, pathos, dan logos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ethos dibangun melalui otoritas dalil Al-Qur'an dan narasi kenabian; pathos melalui adegan sehari-hari yang membangkitkan empati; dan logos melalui penalaran sebab-akibat, analogi historis, serta definisi perilaku memaafkan. Manfaat penelitian ini adalah memperkuat kajian dakwah digital dengan menunjukkan bahwa bukti artistik retorika klasik tetap produktif untuk menganalisis komunikasi keagamaan kontemporer di media sosial, khususnya pada tema yang menghubungkan iman, konflik interpersonal, dan kesejahteraan emosional.

Kata Kunci: Retorika Aristoteles, Media Dakwah Digital, Komunikasi Persuasif, Ethos, Pathos, Logos

1. Pendahuluan

Bahasa merupakan alat komunikasi utama manusia untuk menyampaikan gagasan, mengekspresikan emosi, dan memengaruhi sikap orang lain. Di era digital, efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi penyampaian yang mampu membangun kepercayaan, keterlibatan emosional, dan penalaran audiens. Salah satu kerangka klasik yang tetap relevan untuk menganalisis komunikasi persuasif adalah retorika Aristoteles yang bertumpu pada tiga *artistic proofs*, yaitu *ethos* (kredibilitas komunikator), *pathos* (daya tarik emosional), dan *logos* (argumentasi rasional).

Dalam tradisi retorika klasik, *persuasive communication* dipahami sebagai seni menemukan sarana persuasi yang tersedia pada setiap situasi tuturan. Aristoteles (200) membedakan *artistic proofs* yang dikonstruksi oleh komunikator melalui karakter, emosi, dan nalar dari *inartistic proofs* berupa bukti eksternal seperti dokumen atau saksi. Distingsi tersebut penting bagi kajian dakwah digital karena ceramah YouTube umumnya tidak mengandalkan bukti administratif, melainkan membangun daya persuasi melalui performa verbal, pemilihan dalil, dan pengelolaan afeksi audiens. Dengan demikian, analisis terhadap video dakwah tidak cukup berhenti pada ringkasan isi, tetapi harus menelusuri bagaimana ketiga bukti artistik diorkestrasi dalam struktur wacana.

Secara historis, retorika berkembang dari praktik pidato publik di Yunani kuno menuju kerangka analisis komunikasi modern yang mencakup media massa dan media sosial. Rakhmat (200) menekankan bahwa kredibilitas komunikator, daya tarik emosional, dan kualitas argumen saling memengaruhi penerimaan pesan. Dalam konteks dakwah, ketiga dimensi itu tidak berdiri sendiri: otoritas keagamaan (*ethos*) sering menjadi prasyarat agar ajakan spiritual diterima; pengalaman emosional (*pathos*) membuat pesan terasa relevan; sementara penalaran (*logos*) menjaga agar ajakan tidak terjebak pada sentimentalitas kosong. Kerangka inilah yang digunakan untuk membaca praktik dakwah Hanan Attaki pada tema memaafkan.

Perkembangan media digital, khususnya YouTube, telah mengubah praktik dakwah menjadi komunikasi audio-visual yang menjangkau generasi muda secara luas. Hanan Attaki merupakan salah satu pendakwah yang memanfaatkan gaya tutur sederhana dan dekat dengan pengalaman sehari-hari audiens. Salah satu video yang menonjol adalah *Memaafkan Tapi Bukan Melupakan?* [Rest.Found], diunggah pada 22 April 2026 dan telah ditonton lebih dari 14.000 kali. Secara ringkas, video tersebut membahas dilema memaafkan tanpa harus melupakan luka, dengan menekankan bahwa memaafkan merupakan kelapangan dada yang dapat dijalankan bersama batasan komunikasi yang sehat.

Lanskap dakwah digital di Indonesia dalam satu dekade terakhir ditandai oleh pergeseran dari ceramah institusional di masjid menuju konten pendek dan menengah yang beredar di YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast. Platform YouTube, khususnya, memungkinkan pendakwah membangun saluran personal dengan arsip ceramah yang dapat diakses berulang, dikomentari, dan dibagikan lintas komunitas. Karakteristik ini mengubah relasi dai'—jamaah: audiens tidak lagi hanya menjadi pendengar pasif dalam majelis fisik, melainkan pengguna yang memilih, menghentikan, mengulang, atau meninggalkan konten berdasarkan daya tarik retorika dan keterhubungan emosional dengan topik.

Dalam lanskap tersebut, Hanan Attaki dikenal sebagai tokoh dakwah yang menyasar generasi muda melalui gaya tutur *conversational*, diksi sehari-hari, serta pemilihan isu yang dekat dengan kehidupan relasional seperti patah hati, konflik keluarga, rasa bersalah, dan pencarian makna. Video *Memaafkan Tapi Bukan Melupakan?* merepresentasikan kecenderungan tersebut. Tema memaafkan dipilih bukan semata sebagai doktrin moral abstrak, melainkan sebagai respons terhadap dilema psikososial: bagaimana seseorang tetap beriman dan berakhlak ketika luka interpersonal belum sepenuhnya hilang. Situasi ini menempatkan dakwah pada persimpangan antara teologi, etika relasi, dan kesejahteraan emosional.

Relevansi tema memaafkan semakin kuat ketika dikaitkan dengan tekanan sosial generasi muda di ruang digital. Media sosial sering memperpanjang kontak dengan pihak yang menyakiti melalui unggahan, komentar, atau pertemuan daring yang tidak terhindarkan. Dalam kondisi demikian, pesan dakwah yang hanya menekankan "harus memaafkan tanpa memberi kerangka psikologis dan etika batas relasi berisiko menimbulkan rasa bersalah tambahan. Sebaliknya, pesan yang menyeimbangkan tuntutan spiritual dengan validasi luka dan solusi praktis berpeluang lebih persuasif. Video yang dianalisis dalam penelitian ini justru bergerak pada poros keseimbangan tersebut, sehingga menarik untuk dikaji secara retoris.

Kajian retorika pada konten digital dan dakwah daring memang telah berkembang, antara lain terkait daya tarik emosional, kredibilitas komunikator, serta logika argumentasi di media sosial (Anandati & Sitorus, 2024; Zulkarnaini et al., 2024; Mesah et al., 2024). Namun, studi yang secara khusus membedah sinergi *ethos-pathos-logos* pada ceramah digital bertema memaafkan dan kesehatan emosional masih terbatas. Kebanyakan penelitian cenderung membahas efektivitas dakwah secara umum atau hanya menonjolkan satu unsur retorika, sehingga belum menjelaskan secara operasional bagaimana ketiga bukti artistik bekerja bersama pada narasi interpersonal yang sensitif.

Anandati dan Sitorus (2024) menunjukkan bahwa daya tarik emosional menjadi penentu keterlibatan audiens pada komunikasi media sosial; narasi yang relatable cenderung memperbesar peluang pesan dibaca, diingat, dan dibagikan. Zulkarnaini dkk. (2024) menekankan bahwa penerapan kerangka Aristoteles pada komunikasi digital memungkinkan pemetaan sistematis terhadap kredibilitas, emosi, dan logika dalam konten daring. Sementara itu, Mesah dkk. (2024) menyoroti pentingnya struktur argumentasi premis, bukti, dan kesimpulan agar pesan persuasif digital tidak hanya atraktif secara visual atau emosional, tetapi juga koheren secara nalar. Ketiga studi tersebut membentuk fondasi teoritis yang relevan, namun belum secara khusus menguji sinergi *ethos-pathos-logos* pada ceramah dakwah bertema memaafkan.

Kesenjangan literatur tampak pada tiga titik. Pertama, banyak kajian dakwah digital masih bersifat evaluatif umum (efektivitas, jangkauan, atau gaya bahasa) tanpa pedoman kategorisasi operasional untuk memilah bukti artistik. Kedua, penelitian yang memakai kerangka Aristoteles sering berhenti pada klasifikasi kutipan tanpa menjelaskan bagaimana ketiga unsur saling menopang dalam satu unit wacana. Ketiga, tema memaafkan yang bersinggungan dengan kesehatan mental, etika relasi, dan doktrin keagamaan masih jarang dijadikan kasus analisis retorika, padahal tema inilah yang sering memunculkan ketegangan antara tuntutan normatif dan pengalaman afektif audiens muda.

Selain itu, kajian komunikasi keagamaan di media sosial sering memisahkan analisis teologis dari analisis psikologi komunikasi. Akibatnya, dalil Al-Qur'an dibaca hanya sebagai sumber otoritas, sementara dimensi emosional dan argumentatifnya kurang dieksplorasi sebagai perangkat persuasi. Pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini justru mengintegrasikan pembacaan dalil sebagai sumber *ethos*, adegan emosional sebagai sumber *pathos*, dan struktur sebab-akibat atau analogi historis sebagai sumber *logos*. Integrasi tersebut diharapkan mengisi celah metodologis sekaligus substantif dalam studi dakwah digital.

Berdasarkan gap tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada analisis sistematis tema memaafkan dalam video Hanan Attaki sebagai kasus dakwah digital yang mengaitkan dalil keagamaan, validasi emosional, dan solusi relasional yang realistis. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis bentuk *ethos* yang membangun kredibilitas komunikator dalam video tersebut; (2) menganalisis strategi *pathos* yang membangun empati dan keterlibatan emosional audiens; dan (3) menganalisis konstruksi *logos* melalui argumentasi logis mengenai konsep memaafkan dalam perspektif Islam. Hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian komunikasi dakwah digital sekaligus memberi acuan praktis bagi pendakwah dalam merancang pesan persuasif di media sosial.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengayaan penerapan artistic proofs Aristoteles dalam konteks komunikasi Islam kontemporer. Secara praktis, hasil analisis diharapkan memberi acuan bagi dai, pengelola konten dakwah, dan pendidik literasi digital keagamaan mengenai cara merancang pesan yang kredibel, empatik, dan argumentatif. Secara sosial, kajian ini relevan dengan upaya memperkuat literasi emosional umat, khususnya generasi muda, agar praktik memaafkan tidak dipahami sebagai penghapusan batas diri, melainkan sebagai amalan spiritual yang dapat dijalankan bersama penjagaan kesehatan relasional.

Rumusan masalah penelitian difokuskan pada pertanyaan: bagaimana Hanan Attaki mengkonstruksi *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam video Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? [Rest.Found]? Pertanyaan tersebut dijabarkan ke dalam tiga tujuan analisis yang telah disebutkan, dengan penekanan bahwa masing-masing unsur retorika diteliti melalui indikator operasional yang dapat diverifikasi pada transkrip. Dengan kerangka demikian, penelitian ini tidak bermaksud menilai benar salah teologis ceramah, melainkan memetakan strategi persuasif yang membuat pesan dakwah bekerja pada audiens digital.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami makna retorika dalam pesan dakwah secara mendalam. Kerangka prosedural merujuk pada prinsip penelitian kualitatif yang menekankan pemaknaan fenomena secara kontekstual melalui data kebahasaan (Moleong, 2017) serta teknik pengumpulan data melalui observasi nonpartisipatif dan dokumentasi (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian bukan pada generalisasi statistik, melainkan pada klasifikasi dan interpretasi strategi persuasif dalam teks ceramah.

Desain deskriptif kualitatif dipilih karena objek kajian berupa teks tutur yang sarat makna kontekstual. Data utama berupa transkrip verbal video, dilengkapi catatan metadata (tanggal unggah, jumlah penayangan, format seri) sebagai konteks produksi pesan. Observasi nonpartisipatif dilakukan dengan menonton video secara berulang tanpa terlibat dalam kolom komentar sebagai partisipan, sementara dokumentasi mencakup penyimpanan transkrip, pencatatan timestamp kutipan, dan pengarsipan kode analisis. Prosedur ini sejalan dengan penekanan Moleong (201) pada ketekunan pengamatan dan Sugiyono (2019) pada pengumpulan data berbasis dokumen dan observasi.

Posisi epistemologis penelitian bersifat interpretatif: makna retorika tidak dianggap tersedia secara otomatis pada permukaan teks, melainkan dihasilkan melalui pembacaan sistematis terhadap fungsi persuasif setiap unit ujaran. Peneliti menyadari bahwa interpretasi dipengaruhi oleh kerangka teori yang dipakai; karena itu, indikator coding dirumuskan secara eksplisit sebelum analisis penuh dilakukan agar klasifikasi tidak bergeser secara sewenang-wenang di tengah proses.

Objek penelitian adalah video YouTube Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? yang disampaikan oleh Hanan Attaki. Metadata video yang digunakan meliputi tanggal unggah 22 April 2026, jumlah penayangan lebih dari 14.000 kali pada saat pengumpulan data, serta format ceramah dalam seri Unit analisis adalah segmen ujaran (kalimat hingga rangkaian paragraf singkat) dalam transkrip video yang mengandung indikator retorika. Kutipan dipilih berdasarkan kriteria: (a) secara eksplisit menampilkan otoritas keagamaan atau identitas komunikator (ethos); (b) membangkitkan emosi, empati, atau validasi perasaan audiens (pathos); dan/atau (c) menyajikan premis, bukti, contoh historis, definisi, atau hubungan sebab-akibat (logos).

Protokol transkripsi disusun untuk menjaga ketepatan data kebahasaan. Pertama, video diputar penuh untuk memahami alur wacana. Kedua, transkripsi dilakukan secara verbatim dengan mempertahankan diksi sehari-hari, partikel wacana, dan pengulangan yang relevan secara retorik, tanpa menormalisasi bahasa menjadi gaya akademik. Ketiga, setiap segmen diberi penanda waktu (timestamp) agar kutipan dapat dilacak ulang pada sumber audiovisual. Keempat, hasil transkrip dibaca ulang sambil menyimak ulang video untuk mengoreksi kesalahan dengar, khususnya pada kutipan ayat, nama tokoh sejarah, dan frasa emosional kunci.

Kriteria inklusi unit analisis meliputi ujaran yang secara jelas menjalankan fungsi persuasif terkait tema memaafkan. Kriteria eksklusi mencakup bagian pembuka teknis yang tidak bermuatan retorik substantif, pengulangan murni tanpa penambahan fungsi baru, serta bagian penutup administratif jika ada. Ketika satu kalimat mengandung lebih dari satu unsur retorika, unit tersebut tetap dianalisis secara utuh, kemudian diberi kode dominan berdasarkan fungsi persuasif yang paling menonjol, disertai catatan sekunder mengenai unsur pendukung.

Langkah coding dilakukan secara operasional sebagai berikut. Pertama, transkrip dibaca berulang dan dipotong menjadi unit analisis. Kedua, setiap unit diberi kode awal E (ethos), P (pathos), atau L (logos) berdasarkan indikator: ethos—penggunaan dalil, rujukan kenabian, klaim kompetensi, dan sikap moral komunikator; pathos—diksi emosional, narasi pengalaman personal, pertanyaan retorik yang menyentuh perasaan, serta validasi batin audiens; logos—perbandingan konsep, premis—kesimpulan, analogi historis, definisi operasional, dan solusi rasional. Ketiga, unit yang bersifat tumpang tindih diklasifikasi menurut fungsi dominan, lalu dideskripsikan hubungannya dengan efek persuasif. Kredibilitas analisis dijaga melalui triangulasi teori (retorika Aristoteles dengan indikator kredibilitas komunikasi modern) dan peer check terhadap ketepatan kategorisasi kutipan oleh rekan sejawat bidang komunikasi.

Pedoman kategorisasi operasional dirinci sebagai berikut. Untuk ethos, indikator mencakup: (E1) rujukan eksplisit pada Al-Quran atau hadis sebagai sumber otoritas; (E2) narasi keteladanan Nabi atau sahabat yang menempatkan komunikator sebagai penafsir tradisi; (E3) pernyataan kompetensi atau pengalaman membimbing umat; (E4) sikap good will berupa pengakuan terhadap kesulitan audiens tanpa menghakimi; dan (E5) gaya tutur yang menunjukkan dinamisme dan kedekatan identitas dengan

generasi muda. Contoh coding: pengutipan QS Āli Imran [3]:133-134 dikode E1 karena fungsi utamanya menegaskan otoritas tekstual bagi klaim bahwa memaafkan adalah ciri orang bertakwa.

Untuk pathos, indikator mencakup: (P1) deskripsi adegan emosional konkret; (P2) diksi afektif (sedih, berat, nangis, sakit hati, lega); (P3) pertanyaan retorik yang menyentuh keraguan batin; (P4) validasi perasaan atau izin psikologis; dan (P5) pengalihan emosi menuju harapan spiritual. Contoh coding: kutipan tentang beban bertemu seseorang di momen lebaran dikode P1+P2 karena menghadirkan gambar situasi dan muatan afeksi sekaligus. Untuk logos, indikator mencakup: (L1) perbandingan atau diferensiasi konsep; (L2) struktur premis-kesimpulan; (L3) bukti atau analogi historis; (L4) definisi operasional perilaku; dan (L5) solusi rasional berbasis sebab-akibat. Contoh coding: kisah Nabi dan Waá, ¤syĀ dikode L3 karena berfungsi sebagai bukti analogis bagi kesimpulan bahwa mengingat luka tidak meniadakan keabsahan memaafkan.

Proses analisis berlangsung dalam empat tahap iteratif: open coding pada seluruh transkrip, axial coding untuk mengelompokkan kode ke dalam dimensi ethos-“pathos-“logos, selective coding untuk memilih kutipan representatif per indikator, dan interpretive commentary yang menghubungkan kutipan dengan efek persuasif. Unit yang ambigu didiskusikan ulang melalui peer check. Keabsahan (trustworthiness) dijaga melalui: (1) credibility-“pembacaan berulang dan peer check kategorisasi; (2) dependability pencatatan jejak audit berupa pedoman kategorisasi, catatan waktu, dan memo analisis; (3) confirmability-“penautan setiap klaim interpretatif pada kutipan transkrip; dan (4) transferability deskripsi kontekstual video dan audiens sasaran agar pembaca dapat menilai keteralihan temuan ke kasus serupa.

Triangulasi dilakukan pada level teori dan sumber penopang interpretasi. Triangulasi teori mengaitkan indikator Aristoteles dengan konsep kredibilitas komunikasi modern (Rakhmat, 200) serta temuan retorika digital mutakhir (Anandati & Sitorus, 2024; Zulkarnaini et al., 2024; Mesah et al., 2024). Triangulasi data terbatas pada penyesuaian antara transkrip verbal dan penekanan intonasi/pause pada video ketika hal itu memperkuat fungsi retorik, tanpa mengubah substansi teks. Penelitian tidak menggunakan wawancara audiens sehingga klaim tentang efek persuasi bersifat inferensial berdasarkan struktur pesan, bukan pengukuran resepsi empiris.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Ethos (Kredibilitas Pembicara)

Ethos, dalam pengertian klasik Aristoteles, merujuk pada karakter pembicara yang membangun kepercayaan audiens. Dalam perspektif komunikasi modern, ethos identik dengan kredibilitas, yang tidak melekat secara otomatis pada diri pembicara, melainkan dibentuk dari persepsi audiens terhadap otoritas, integritas, niat baik, dan dinamisme komunikator (Rakhmat, 2007). Kredibilitas tersebut dapat dilihat melalui beberapa dimensi, yaitu otoritas (keahlian), *good sense* (objektivitas), *good character* (moralitas), *good will* (niat baik), dan dinamisme (komitmen dan ekspresi energi). Dalam video *“Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? [Rest.Found]”*, Hanan Attaki menunjukkan kredibilitas komunikator (*ethos*) melalui penyampaian pesan yang religius, empatik, dan dekat dengan pengalaman emosional audiens.

Kutipan

“Nah, di sinilah kita belajar tentang hakikat dari memaafkan, Teman-teman. Pertama adalah memaafkan itu salah satu di antara ciri orang yang bertakwa.”

“Wasariu ila maghfiratim mir rabbikum wa jannatin ardhugas samaawatu wal ard... dan orang-orang yang memaafkan kepada sesama manusia. Dan Allah mencintai orang-orang yang berbuat ihsan.”

Otoritas (Keahlian)

Ustadz Hanan Attaki menunjukkan otoritasnya sebagai komunikator melalui penguasaan materi keagamaan yang disampaikan dalam video. Hal tersebut terlihat ketika beliau menjelaskan makna memaafkan dengan mengutip Surah Āli Imran ayat 133–134 serta menghubungkannya dengan konsep ketakwaan dalam Islam. Penggunaan dalil Al-Qur’an menunjukkan bahwa pembicara memiliki pengetahuan agama yang kuat dan memahami dasar-dasar syariat terkait tema yang dibahas. Selain itu, beliau juga menggunakan kisah Nabi Muhammad saw. dan Wahsyi sebagai contoh konkret untuk memperkuat penjelasannya mengenai memaafkan tetapi tidak melupakan. Hal ini membangun persepsi audiens bahwa pembicara memiliki kompetensi dan keahlian dalam menyampaikan pesan dakwah.

Good Sense (Objektivitas dan Nalar)

Aspek *good sense* terlihat dari cara Ustadz Hanan Attaki menjelaskan persoalan memaafkan secara rasional dan tidak menghakimi audiens. Beliau tidak memaksa audiens untuk langsung melupakan rasa sakit hati, tetapi justru mengakui bahwa luka emosional merupakan hal yang manusiawi. Hal tersebut tampak dalam pernyataannya:

“Walaupun kita enggak bisa melupakan kesalahannya, masih sakit hati karena kita sudah memaafkan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya pendekatan yang realistis dan objektif dalam melihat persoalan emosional manusia. Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa memaafkan tidak selalu berarti harus kembali akrab atau melupakan sepenuhnya kesalahan orang lain. Penyampaian yang logis dan seimbang tersebut memperlihatkan kemampuan pembicara dalam memahami persoalan secara bijaksana dan rasional.

Good Character (Integritas Moral)

Integritas moral Ustadz Hanan Attaki terlihat dari cara beliau mengajak audiens untuk tetap berbuat baik meskipun pernah disakiti oleh orang lain. Beliau menekankan dalam video tersebut, bahwa seseorang yang sudah memaafkan tetap harus menjalankan hak-hak sesama muslim seperti menjawab salam, membantu ketika kesusahan, dan tidak membalas keburukan dengan kebencian. Hal tersebut tampak dalam kutipan:

“Bukti memaafkannya apa? Kita masih mau berbuat baik sama orang itu.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pembicara tidak hanya menyampaikan teori, tetapi juga mengarahkan audiens pada nilai-nilai moral seperti kesabaran, empati, dan kasih sayang. Sikap tersebut mencerminkan karakter komunikator yang memiliki integritas dan nilai moral yang baik dalam menyampaikan dakwah.

Good Will (Niat Baik)

Aspek *good will* terlihat dari tujuan dakwah yang disampaikan Ustadz Hanan Attaki, yaitu membantu audiens memahami bahwa memaafkan merupakan proses yang tidak mudah dan tidak perlu dipaksakan secara berlebihan. Beliau berusaha menenangkan audiens yang merasa bersalah karena belum mampu melupakan luka batin yang mereka alami. Salah satu kutipan yang menunjukkan niat baik tersebut adalah:

“Jadi kita boleh memaafkan tapi menjaga komunikasi supaya tidak terlalu intens. Menjaga jaraklah dalam bentuk komunikasi itu boleh dan itu enggak dianggap pendendam.”

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa pembicara memahami kondisi emosional audiens dan berusaha memberikan solusi yang realistis tanpa menghakimi mereka. Hal ini membangun persepsi bahwa pesan yang disampaikan bertujuan untuk memberikan ketenangan dan manfaat bagi audiens, bukan sekadar ceramah normatif semata.

Dinamisme (Komitmen dan Ekspresi)

Dinamisme Ustadz Hanan Attaki terlihat melalui gaya penyampaian yang penuh empati, penggunaan intonasi yang tenang namun tegas, serta pilihan diksi yang sederhana dan mudah dipahami oleh generasi muda. Meskipun membahas tema yang cukup sensitif dan emosional, beliau mampu menyampaikan pesan dengan gaya komunikasi yang santai tetapi tetap memiliki kekuatan persuasif. Kalimat seperti:

“Karena memaafkan ini adalah amalan yang membutuhkan kelapangan dada.”

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya penekanan emosional dan kesungguhan pembicara dalam menyampaikan pesan dakwah. Dinamisme tersebut membuat audiens lebih mudah terhubung secara emosional dengan pesan yang disampaikan serta memperkuat kredibilitas komunikator di hadapan audiens.

Pathos (Daya Emosional dalam Retorika)

Menurut Aristoteles, dalam jurnal (Rakhmat, 2007) dan (Zulkarnaini et al., 2024), *pathos* merupakan salah satu unsur retorika klasik yang berfungsi untuk membangkitkan emosi audiens agar pesan yang disampaikan tidak hanya dipahami secara logis, tetapi juga dirasakan secara emosional oleh pendengar. Dalam perspektif komunikasi modern, *pathos* dipahami sebagai daya tarik emosional yang

dibangun melalui bahasa, gaya bicara, narasi, dan simbol yang mampu menyentuh perasaan audiens. Emosi memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan tindakan khalayak karena ketika audiens merasa terhubung secara emosional, mereka akan lebih mudah menerima dan merespons pesan yang disampaikan (Rakhmat, 2007). Dalam konteks komunikasi digital, strategi emosional menjadi semakin penting karena mampu menciptakan kedekatan psikologis antara komunikator dan audiens melalui pengalaman yang relatable dan menyentuh kehidupan sehari-hari.

Analisis Pathos dalam Video “Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? [Rest.Found]”

Video ini mengandung banyak unsur *pathos* yang dirancang untuk membangkitkan empati, kesedihan, ketenangan, dan refleksi emosional audiens terhadap pengalaman memaafkan. Ustadz Hanan Attaki menggunakan narasi yang dekat dengan kehidupan generasi muda sehingga audiens merasa bahwa pengalaman emosional mereka dipahami dan divalidasi. Strategi emosional tersebut terlihat melalui penggunaan contoh-contoh personal, pertanyaan emosional, serta pemilihan diksi yang sederhana namun menyentuh.

Kutipan

“Yang paling berat tuh ketemu dia di momen lebaran. Harus senyum padahal di dalam hati pengen nangis.”

Kutipan tersebut merupakan bentuk *pathos* yang sangat kuat karena menggambarkan konflik batin yang sering dialami seseorang ketika harus bertemu dengan orang yang pernah menyakitinya. Penggunaan kalimat “harus senyum padahal di dalam hati pengen nangis” menciptakan gambaran emosional yang mudah dirasakan oleh audiens. Menurut Rakhmat (2007), narasi emosional yang dekat dengan pengalaman personal mampu membangun ikatan psikologis antara pembicara dan audiens. Audiens tidak hanya memahami pesan secara rasional, tetapi juga ikut merasakan kesedihan dan tekanan emosional yang digambarkan dalam cerita tersebut.

Kutipan

“Aku tuh udah bilang maaf, tapi kok masih ingat sakitnya ya? Apa aku belum ikhlas beneran?”

Kalimat tersebut menunjukkan adanya kegelisahan emosional dan rasa bersalah yang dirasakan seseorang karena belum mampu melupakan luka batin meskipun sudah mencoba memaafkan. Teknik seperti ini disebut *emotive expression*, yaitu penggunaan ungkapan emosional untuk membangun kedekatan batin dengan audiens. Audiens yang pernah mengalami situasi serupa akan merasa terwakili dan dipahami sehingga pesan dakwah menjadi lebih menyentuh secara personal. Selain itu, penggunaan kata-kata sederhana dan sehari-hari membuat emosi yang dibangun terasa alami dan tidak dibuat-buat.

Kutipan

“Karena memaafkan ini adalah amalan yang membutuhkan kelapangan dada.”

Pernyataan tersebut membangun emosi reflektif dan empati terhadap perjuangan batin seseorang dalam memaafkan. Ustadz Hanan Attaki tidak menggambarkan memaafkan sebagai sesuatu yang mudah, melainkan sebagai proses berat yang membutuhkan pengorbanan ego dan keikhlasan hati. Menurut Anandati dan Sitorus (2024), penggunaan diksi yang menyentuh nilai-nilai kemanusiaan dan pengalaman emosional mampu memperkuat daya tarik emosional dalam komunikasi digital. Kalimat tersebut membuat audiens merasa bahwa rasa sakit dan kesulitan mereka adalah sesuatu yang manusiawi dan dapat dipahami.

Kutipan

“Jangan-jangan peluang emas kita masuk surga itu adalah ketika kita disakiti orang lain sehingga kita bisa memaafkan mereka.”

Kalimat ini mengandung unsur *pathos* berupa harapan dan motivasi spiritual. Ustadz Hanan Attaki mengubah pengalaman disakiti yang biasanya dipandang negatif menjadi peluang memperoleh pahala dan kedekatan dengan Allah. Strategi ini membangkitkan emosi harapan, ketenangan, dan optimisme pada audiens yang sedang mengalami luka batin. Dalam retorika emosional, penyampaian pesan yang memberikan harapan memiliki kekuatan besar untuk mengubah cara pandang audiens terhadap suatu masalah sehingga mereka lebih mudah menerima pesan yang disampaikan.

Kutipan

"Jadi kita boleh memaafkan tapi menjaga komunikasi supaya tidak terlalu intens. Menjaga jaraklah dalam bentuk komunikasi itu boleh dan itu enggak dianggap pendendam."

Pernyataan tersebut membangun rasa lega dan validasi emosional bagi audiens yang merasa bersalah karena memilih menjaga jarak dari orang yang pernah menyakitinya. Ustadz Hanan Attaki berusaha menenangkan audiens dengan menjelaskan bahwa menjaga batas komunikasi tidak selalu berarti dendam. Menurut Rakhmat (2007), komunikasi yang mampu memberikan rasa dipahami dan diterima akan menciptakan hubungan emosional yang kuat antara komunikator dan audiens. Dalam konteks ini, pesan yang disampaikan berhasil membangun empati sekaligus memberikan ketenangan psikologis kepada audiens yang mengalami konflik emosional serupa.

Logos (Argumen Rasional dalam Retorika)

Menurut Mesah et al. (2024), dasar logika berpikir seperti prinsip identitas, non-kontradiksi, dan kemampuan menghindari kesalahan penalaran merupakan fondasi penting dalam membentuk argumentasi persuasif yang kuat. Dengan menggunakan bukti yang relevan, menghindari kesalahan logis, dan menyusun argumen secara sistematis, seorang komunikator dapat meningkatkan kredibilitas pesannya dan memengaruhi sikap audiens secara efektif. Menurut Anandati dan Sitorus (2024), *logos* adalah daya tarik rasional yang muncul ketika komunikator menyampaikan fakta, menjelaskan hubungan sebab-akibat, dan mengarahkan audiens menuju kesimpulan logis. Dalam video *"Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? [Rest.Found]"*, Hanan Attaki menggunakan pendekatan *logos* melalui penyampaian dalil agama, argumentasi rasional, serta penjelasan sistematis mengenai konsep memaafkan dalam Islam.

Analisis Logos dalam Video "Memaafkan Tapi Bukan Melupakan?"

Video ini menunjukkan penggunaan *logos* yang kuat karena Ustadz Hanan Attaki tidak hanya membangun emosi audiens, tetapi juga memberikan penjelasan logis mengenai mengapa memaafkan itu penting dan bagaimana konsep tersebut dipahami dalam Islam. Beliau menyusun argumentasi secara runtut mulai dari menjelaskan hakikat memaafkan, manfaat memaafkan, hingga batasan-batasan yang realistis dalam hubungan sosial.

Kutipan

"Karena memaafkan ini kan bukan amalan yang butuh tenaga, bukan amalan yang butuh harta, bukan amalan yang butuh waktu, bukan amalan yang butuh tempat, tapi memaafkan ini adalah amalan yang membutuhkan kelapangan dada."

Kutipan tersebut menunjukkan bentuk argumentasi logis yang membandingkan memaafkan dengan bentuk ibadah lainnya. Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa kesulitan utama dalam memaafkan bukan terletak pada aspek fisik atau materi, melainkan pada kemampuan seseorang mengendalikan ego dan melapangkan hati. Penjelasan ini membentuk hubungan sebab-akibat yang mudah dipahami audiens, yaitu bahwa semakin besar luka yang diterima seseorang, maka semakin besar pula tantangan emosional dalam memaafkan. Penyampaian tersebut menunjukkan penggunaan logika rasional yang membantu audiens memahami alasan mengapa memaafkan terasa sulit dilakukan.

Kutipan

"Jadi kalau kalian melihat ada satu kesempatan ampunan dosa, ambil gitu. Jangan disia-siain, jangan dipikir-pikir lagi."

Pernyataan tersebut merupakan bentuk *logos* karena pembicara menyusun argumentasi berdasarkan premis dan kesimpulan yang jelas. Premis yang dibangun adalah bahwa setiap manusia ingin diampuni dosa-dosanya oleh Allah. Dari premis tersebut, Ustadz Hanan Attaki kemudian menarik kesimpulan logis bahwa memaafkan orang lain menjadi salah satu cara memperoleh ampunan Allah sehingga kesempatan tersebut harus dimanfaatkan. Struktur argumentasi yang sistematis ini memperlihatkan bagaimana pembicara menggunakan logika keagamaan untuk memperkuat pesan persuasif kepada audiens.

Kutipan

"Kalau kita baca kisah Nabi saat ketemu dengan Wahsyi... Nabi sudah memaafkan Wahsyi. Tapi Nabi enggak bisa melupakan kejadian di Uhud."

Kutipan tersebut menunjukkan penggunaan contoh historis sebagai bukti logis untuk mendukung argumentasi pembicara. Ustadz Hanan Attaki menggunakan kisah Nabi Muhammad saw. dan Wahsyi untuk menjelaskan bahwa memaafkan tidak selalu berarti melupakan luka yang pernah dialami. Dengan menggunakan contoh konkret dari sejarah Islam, pembicara membangun penalaran deduktif bahwa jika Nabi saja masih mengingat luka emosional meskipun sudah memaafkan, maka manusia biasa juga dapat mengalami hal yang sama. Strategi ini membuat audiens lebih mudah menerima pesan karena didukung oleh contoh nyata yang relevan dan memiliki legitimasi religius.

Kutipan

“Bukti memaafkannya apa? Kita masih mau berbuat baik sama orang itu.”

Kalimat tersebut menunjukkan bentuk definisi logis mengenai makna memaafkan. Ustadz Hanan Attaki menjelaskan bahwa indikator memaafkan bukan terletak pada hilangnya rasa sakit hati, melainkan pada perilaku seseorang yang tetap menjalankan kebaikan terhadap orang lain. Argumentasi ini dibangun secara rasional melalui hubungan sebab-akibat yang jelas: selama seseorang masih menjalankan hak-hak sesama muslim seperti menjawab salam, membantu ketika kesusahan, dan tidak membalas keburukan, maka ia dapat dikatakan sudah memaafkan. Penjelasan tersebut membantu audiens memahami konsep memaafkan secara lebih realistis dan tidak ekstrem.

Kutipan

“Jadi kita boleh memaafkan tapi menjaga komunikasi supaya tidak terlalu intens.”

Pernyataan ini memperlihatkan penggunaan *logos* dalam bentuk solusi praktis dan realistis terhadap konflik interpersonal. Ustadz Hanan Attaki tidak menyarankan audiens untuk memaksakan hubungan kembali seperti semula apabila hal tersebut justru menimbulkan mudarat baru. Penjelasan ini menunjukkan pola berpikir rasional yang mempertimbangkan kondisi psikologis dan dampak sosial dari suatu hubungan. Berdasarkan hal tersebut, pesan dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga logis dan relevan dengan realitas kehidupan audiens sehari-hari.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis terhadap video *“Memaafkan Tapi Bukan Melupakan? [Rest.Found]”*, ditemukan bahwa Hanan Attaki menggunakan strategi retorika Aristoteles secara komprehensif melalui unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga unsur retorika tersebut digunakan secara terpadu dalam membangun pesan dakwah yang persuasif, komunikatif, dan relevan dengan pengalaman emosional audiens. Penggunaan strategi retorika dalam video tersebut menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan keagamaan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam membangun kedekatan emosional dan intelektual dengan audiens.

Pada aspek *ethos*, kredibilitas komunikator dibangun melalui penguasaan materi keagamaan, penggunaan dalil Al-Qur'an, serta penyampaian yang menunjukkan pemahaman terhadap persoalan emosional audiens. Penggunaan Surah Ali Imran ayat 133–134 dan kisah Nabi Muhammad saw. dengan Wahsyi memperlihatkan bahwa pesan yang disampaikan memiliki dasar keagamaan yang kuat. Selain itu, gaya komunikasi yang sederhana dan penggunaan bahasa yang dekat dengan generasi muda memperkuat persepsi audiens terhadap kredibilitas komunikator. Hal tersebut menunjukkan bahwa kredibilitas dalam komunikasi dakwah digital tidak hanya dibentuk oleh otoritas keilmuan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara empatik dan kontekstual.

Pada aspek *pathos*, video tersebut menunjukkan penggunaan daya tarik emosional yang cukup dominan. Strategi emosional dibangun melalui narasi yang berkaitan dengan pengalaman personal audiens, seperti rasa sakit hati, dilema memaafkan, dan tekanan sosial untuk kembali menjalin hubungan dengan orang yang pernah menyakitinya. Penggunaan kalimat seperti *“Harus senyum padahal di dalam hati pengen nangis”* menunjukkan adanya upaya komunikator dalam membangun empati dan kedekatan psikologis dengan audiens. Narasi tersebut membuat audiens tidak hanya memahami pesan secara rasional, tetapi juga merasakan pengalaman emosional yang disampaikan. Berdasarkan hal tersebut, unsur *pathos* dalam video berfungsi memperkuat keterlibatan emosional audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Sementara itu, aspek *logos* terlihat melalui penyampaian argumentasi yang logis dan sistematis mengenai konsep memaafkan dalam perspektif Islam. Komunikator menjelaskan bahwa memaafkan tidak selalu berarti melupakan luka atau kembali menjalin hubungan secara intens dengan pihak yang

pernah menyakiti. Penjelasan tersebut disampaikan melalui hubungan sebab-akibat, penggunaan contoh konkret, dan dalil keagamaan yang mendukung argumentasi. Selain itu, komunikator juga memberikan solusi yang realistis, seperti memperbolehkan menjaga jarak komunikasi selama tetap menjalankan hak-hak sesama muslim. Penyampaian argumentasi yang rasional tersebut membantu audiens memahami konsep memaafkan secara lebih objektif dan kontekstual sesuai dengan realitas kehidupan sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam dakwah digital mampu membangun komunikasi yang efektif dan persuasif. Kombinasi antara kredibilitas komunikator, pendekatan emosional, dan argumentasi logis menjadikan pesan dakwah lebih mudah diterima oleh audiens, khususnya generasi muda yang aktif mengakses media digital. Selain berfungsi sebagai media penyampaian ajaran agama, video dakwah digital juga berperan sebagai ruang refleksi emosional dan sosial bagi masyarakat. Oleh karena itu, strategi retorika memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah di era media digital Text.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa video “*Memaafkan Tapi Bukan Melupakan?*” yang disampaikan oleh Hanan Attaki memanfaatkan strategi retorika Aristoteles secara efektif melalui unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Unsur *ethos* terlihat dari kredibilitas komunikator yang dibangun melalui penguasaan materi keagamaan, penggunaan dalil Al-Qur’an, serta penyampaian yang empatik terhadap persoalan emosional audiens. Unsur *pathos* tampak melalui penggunaan narasi emosional yang dekat dengan pengalaman kehidupan audiens sehingga mampu membangun empati dan keterlibatan emosional. Sementara itu, unsur *logos* terlihat melalui penggunaan argumentasi logis, hubungan sebab-akibat, serta penjelasan sistematis mengenai konsep memaafkan dalam perspektif Islam.

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan ketiga unsur retorika tersebut mampu menciptakan komunikasi dakwah yang persuasif, komunikatif, dan relevan dengan kehidupan masyarakat modern. Strategi retorika yang digunakan tidak hanya membantu audiens memahami pesan keagamaan secara rasional, tetapi juga memberikan penguatan emosional dan refleksi psikologis terhadap pengalaman pribadi audiens. Berdasarkan hal tersebut, dakwah digital melalui media YouTube dapat berfungsi tidak hanya sebagai sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai media edukasi emosional dan sosial. Selain itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa teori retorika Aristoteles masih relevan digunakan dalam menganalisis komunikasi digital kontemporer, khususnya pada konten dakwah di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dakwah digital serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas strategi retorika dalam media digital.Text.

Daftar Pustaka

- Anandati, T., & Sitorus, R. (2024). *Retorika digital dan daya tarik emosional dalam komunikasi media sosial*. Jurnal Komunikasi Digital, 6(1), 45–58.
- Aristoteles. (2007). *Retorika* (Terjemahan). Yogyakarta: Basabasi.
- Mesah, A., dkk. (2024). *Logika dan argumentasi dalam komunikasi persuasif digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media, 8(2), 112–125.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zulkarnaini, M., dkk. (2024). *Analisis retorika Aristoteles dalam komunikasi digital*. Jurnal Kajian Bahasa dan Komunikasi, 5(1), 88–101.