

Metaretorika Dakwah: Analisis Ceramah 'Rutinan Malam Selasa' Gus Iqdam

Lukman Hakim¹

Zainal Mukhlis²

Pardianto³

Corresponding Author: lhakim@uinsa.ac.id

Abstract: This study explores the metarhetoric KH Muhammad Iqdam Kholid's, known as Gus Iqdam, sermons in "Rutinan malam Selasa". Through qualitative text analysis, the study reveals that his use of classical rhetorical elements—ethos, pathos, and logos—is strategically developed to help the audience grasp religious teachings logically while fostering a sense of connection with the audience. Gus Iqdam employs deductive, causal, and comparative reasoning not only to convey religious messages but also to demonstrate their rational basis. His pathos-based metarhetoric is expressed at times through emotionally charged spiritual appeals. Meanwhile, his ethos-driven metarhetoric serves to establish credibility and encourage emotional, intellectual, and spiritual trust from the congregation.

Keywords: metarhetoric, Islamic preaching, Gus Iqdam, Muslim traditionalist.

Abstrak: Penelitian ini membahas metaretorika ceramah KH Muhammad Iqdam Kholid, dikenal dengan Gus Iqdam, yang dilaksanakan pada Rutinan Selasa malam. Dengan menggunakan analisis teks-kualitatif, studi ini menemukan bahwa metaretorika ceramah Gus Iqdam tertanam dalam unsur-unsur retorika klasik -- *ethos*, *pathos*, dan *logos*-- yang disusun dalam rangka membimbing audiens untuk memahami wacana keagamaan secara logis dan ditujukan untuk membangun keterhubungan dengan audiens. Struktur logika deduktif, sebab-akibat, dan perbandingan yang digunakan Gus Iqdam tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan doktrin agama, namun juga membimbing pendengar untuk memahami mengapa wacana agama itu masuk akal. Sedangkan metaretorika *pathos* ini dilakukan Gus Iqdam, dalam beberapa hal, dengan spiritualisasi emosi. Adapun metaretorika *ethos* berfungsi untuk membangun kredibilitas Gus Iqdam sekaligus mengarahkan jamaah untuk memercayainya secara emosional, intelektual, dan spiritual.

¹ UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

² UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

³ UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia

Pendahuluan

Fenomena pergeseran pola keberagamaan Muslim di Indonesia, dari moderat menjadi lebih konservatif pada dekade awal abad ke-21 (Bruinessen, 2013), diantaranya disebabkan oleh kemampuan aktivis Muslim konservatif dalam merespon kehadiran teknologi informasi untuk berdakwah (Nadzir, 2018; Akmaliyah, 2020). Mereka mampu memanfaatkan berbagai kanal media sosial secara optimal dengan konten-konten keagamaan yang selaras dengan paham ajaran mereka, sehingga secara cepat berhasil mendominasi pasar gagasan (*marketplace idea*) di dunia maya (Arifianto, 2019). Bahkan, intervensi secara massif media dakwah online paham Salafi & Wahabi tersebut cukup berhasil menggeser paham Islam moderat yang diwakili Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah (Burdah, 2023).

Namun demikian, dominasi kaum Salafi di dunia maya tidak bertahan lama. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa pada akhir dekade kedua dan awal dekade ketiga, intelektual Muslim moderat berbalik menjadi penguasa 'pasar gagasan' keislaman di ruang siber. Hasil survei *Alvara Research Center* pada 2020 menyatakan bahwa pengajian online yang diasuh oleh ulama moderat masih menjadi rujukan utama masyarakat Muslim, yakni Ustadz Abdul Somad (18,6%) dan Gus Baha (15,7%) paling banyak didengar. Secara berturut-turut disusul oleh KH. Mustofa Bisri (Gus Mus, 8,3%), Abdullah Gymnastiar (Aa Gym, 5,3%), Prof. Quraish Shihab (4,9%), dan Ustadz Adi Hidayat (4,9%) (Fairuz, 2020). Hal serupa juga didapati dari hasil survei Alvara pada akhir tahun 2021 di 34 Provinsi dengan 3.597 responden, bahwa 80% top 20 ulama panutan masyarakat Indonesia adalah mereka yang berpaham Islam moderat (Alvara, 2021).

Revolusi model dakwah ini lebih lanjut memunculkan pendakwah muda dari Muslim moderat lainnya, seperti KH Muhammad Iqdam Kholid, yang dikenal dengan panggilan Gus Iqdam (Muttaqin & Ainiyah, 2023). Semenjak menggunakan media sosial, Dakwah Gus Iqdam menjadi populer dan dikenal publik secara luas. Data menunjukkan bahwa selang tiga tahun pasca *melaunching* kanal resmi Youtubenya pada April 2020, video dakwah Gus Iqdam

memiliki 1,19 juta *subscribers* dan ditonton oleh 82.584.967 kali (Fauziah, 2024). Pada tahun 2024, ‘Gus Iqdam Official YouTube’ terus mengalami pertumbuhan yang stabil, dengan jumlah *subscribers* 1,54 juta sepanjang tahun, dengan total *views* mencapai 157 juta dengan sekitar 817 unggahan video (Youtubers.me, 2024; Social Blade, 2024). Pendakwah asal Blitar Jawa Timur ini berhasil membangun basis penggemar yang kuat dan luas, baik dari kalangan milineal generasi X, maupun generasi *baby boomers*, terutama melalui channel YouTube *Majelis Sabilu Taubah* (Muhammad, 2024).

Tidak hanya dalam ranah siber, pengajian Gus Iqdam secara *offline* juga selalu dihadiri puluhan ribu jamaah (Wijaya, 2024). Banyak pengikut pengajian pendiri majelis taklim *Sabilu Taubah* ini mengaku bahwa ceramahnya membantu mereka meninggalkan gaya hidup yang merusak dan kembali ke nilai-nilai Islam. Tema cerahnya sering kali memfokuskan pada pertaubatan, belas kasihan, dan cinta Tuhan, yang beresonansi dengan kaum muda yang mencari makna hidup (Ramadani & Fahmi, 2023).

Studi ini secara spesifik membahas metaretorika dakwah Gus Iqdam. Hal ini ditujukan untuk memahami perangkat retorik ceramah Gus Iqdam yang mampu menarik ratusan ribu umat Muslim baik secara *offline* maupun *online*, sekaligus metabudaya yang melingkupinya.

Kajian Literatur

Retorika dalam Tradisi Barat dan Islam

Retorika merupakan seni silogistik yang tujuannya adalah persuasi (Ezzaher, 2008) atau bagaimana mengatur pemikiran pada berbagai subjek melalui pengaturan dan penggunaan bahasa secara efektif (Herrick, 2009). Kajian retorika yang memfokuskan pada persuasi dan penggunaan bahasa demikian ini sudah ada sejak zaman Yunani kuno sekaligus menjadi kajian para filsuf Yunani. Namun demikian, meski retorika sudah ada semenjak era Yunani kuno, namun Perloff menyebut Aristoteles sebagai ilmuwan persuasi pertama dan pencetus

pendekatan ilmiah pertama dalam studi persuasi (Perloff, 2023). Aristoteles dianggap sebagai filsuf pertama yang menggagas 'teori wacana retorika' melalui bukunya berjudul '*Rhetoric*'. Buku ini menjadi karya berpengaruh dan masih banyak digunakan oleh para akademisi, peneliti, dan praktisi retorika hingga saat ini.

Teori persuasi Aristoteles dianggap menganut pandangan yang berorientasi pada audien. Pasalnya, baginya, retorika merupakan disiplin praktis yang bertujuan untuk melakukan tindakan persuasif terhadap audiens (Wróbel, 2015). Seorang komunikator harus fokus pada sifat audiens dan kemudian memilih cara persuasi yang tepat. Dengan kata lain, persuasi dapat dicapai melalui karakter pribadi pembicara ketika berpidato, sehingga audien menganggapnya kredibel. Aristoteles meyakini bahwa persuasi kemungkinan besar akan berhasil ketika seorang retor mempraktikkan tiga perangkat persuasi, yakni, *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Crick, 2014).

Logos berasal dari bahasa Yunani yang berarti kata, ucapan, pernyataan, wacana. Logos didasarkan pada logika dan mewakili "daya tarik rasionalitas" yang tujuannya adalah untuk memberikan argumen logis, bukti yang disampaikan melalui kata-kata pidato itu sendiri. Konsep logos tampak kompleks karena mencakup bagaimana klaim diucapkan dan bagaimana argumen disusun. Ada tiga komponen dalam logos: (1) data berupa penggunaan fakta dan angka, (2) relevansi dengan audiens, baik melalui penggunaan organisasi bahasa dan daya tarik visual, (3) argumen yang jelas, yakni melalui penggunaan bentuk bukti lain seperti narasi atau analogi (Virtanen & Halmari, 2005).

Secara teknis, elemen pertama dari logos mempertimbangkan bagaimana seorang retor menggunakan fakta dan data-data dalam membuat argumen. Seorang retor sering menggunakan data sebagai pembenaran atau pembelaan atas tindakannya. Dalam hal ini, dapat diketahui bagaimana penceramah menggunakan contoh konkret dan data statistik tentang apa yang terjadi pada materi dakwah dalam rangka untuk mendukung persuasinya. Sedangkan untuk melihat relevansi dengan audiens, sejauhmana retor secara struktural dan visual membangun argumentasi untuk menarasikan sebuah cerita yang

bermakna bagi audiens. Adapun, elemen terakhir dari analisis logos terkait dengan kejelasan argumen retorika adalah ‘tekstur argumentasi’.

Sedangkan aspek *pathos* secara bahasa sering dipahami sebagai teknik pembicaraan yang melakukan pendekatan menyentuh emosi. Tujuan *pathos* dalam retorika adalah untuk membangkitkan emosi tertentu terhadap *audience* dalam mendukung upaya persuasif. Dalam retorika Aristoteles, *pathos* merupakan sebuah daya atau kekuatan yang dengannya, pesan retor mampu menggerakkan *audience* ke tindakan emosional yang diinginkan. Seorang orator yang baik harus mengetahui terlebih dahulu emosi yang mana yang efektif dan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tindakan *audience* dan fitur-fitur apa yang bisa digunakan. Dalam hal ini orator bukan hanya mengirimkan pesan semata, akan tetapi mempertimbangkan wacana dan teknik apa yang menimbulkan emosi efektif bagi perubahan pendengar, apakah kekaguman, kemarahan, kesenangan, keharuan, kebingungan, empati dan lainnya. *Pathos* dipandang sebagai bagian dari cara yang efektif dalam mempengaruhi batin dan menarik hati para pemeluk agama di tengah kompetisi agama-agama di dunia. Pendekatan ini digunakan oleh para pendeta pada periode klasik, beragam cara yang dilakukan untuk membangkitkan emosi pemeluk agama, yang mewujudkan pada konten atau wacana, gaya suara terkadang tenang-rendah-tinggi-mengelegar, ritme, aotasi, gaya kinesik-alis, mata meredup-melotot, tangan menunjuk-mengepal-bergairah terkadang menghiba, juga proksemik terkadang melompat, dan tindakan-tindakan emotif lainnya dalam menyampaikan kebenaran firman Tuhan (Virtanen & Halmari, 2005).

Adapun *ethos* terkait dengan kredibilitas dan citra (reputasi dan penampilan) dari seorang retor. Pesan nonverbal seperti penampilan fisik pembicara, serta reputasinya dan cara dia menyampaikan pidatonya semuanya berkontribusi pada etos sampai tingkat tertentu. Aspek ini boleh dikata sebagai pilar persuasi yang sangat penting. Aristoteles berpendapat:

"Persuasion is achieved by the speaker's personal character when the speech is so spoken as to make us think him credible.... his

character may almost be called the most effective means of persuasion he possesses" (Ulku, 2010, hal. 191).

Ringkasnya, retorika adalah meta-teori dalam komunikasi yang berfokus pada seni persuasi dan penggunaan bahasa yang efektif untuk memengaruhi audiens; bagaimana pesan disusun, disampaikan, dan diterima untuk mencapai tujuan tertentu.

Para tokoh Islam juga mengembangkan teori retorika, seperti Al-Farabi, Ibnu Rusy, Ibnu Sina, dan lainnya. Teori retorika Al-Farabi, sebagai seorang filsuf Islam abad pertengahan, merupakan bagian integral dari sistem filsafatnya, yang mensintesisasikan filsafat Yunani, khususnya Aristoteles dan Plato, dengan pemikiran Islam. Al-Farabi memandang retorika sebagai seni persuasi, yakni alat yang digunakan untuk mengkomunikasikan gagasan secara efektif dan untuk membujuk orang lain agar menerima sudut pandang tertentu atau mengambil tindakan tertentu. Ia percaya bahwa retorika memainkan peran penting dalam pemerintahan dan pendidikan dengan membentuk opini publik dan menumbuhkan kebajikan sipil.

Al-Farabi menganggap retorika berada di bawah naungan kajian filsafat. Ia memandang filsafat sebagai upaya mengejar kebenaran dan kebijaksanaan, sedangkan retorika adalah sarana menyampaikan kebenaran filosofis kepada masyarakat umum. Ia berpendapat bahwa filsuf, yang dibekali dengan pengetahuan tentang kebenaran, harus menggunakan keterampilan retorik untuk membimbing dan mendidik masyarakat (Ezzaher, 2008, hal.358).

Teori retorika Al-Farabi mencakup unsur-unsur retorika tradisional: *ethos* (karakter), *pathos* (emosi), dan *logos* (logika). Dia menekankan pentingnya etos, dengan alasan bahwa karakter dan kredibilitas pembicara sangat penting untuk persuasi yang efektif. Teori retorika Al-Farabi banyak dipengaruhi oleh "Retorika" Aristoteles dan dialog Plato. Dia membangun ide-ide mereka dan mengadaptasinya agar sesuai dengan konteks intelektual Islam. Ia juga mengintegrasikan unsur retorika klasik dengan tradisi *balagha*.

Pemikiran Al-Farabi tentang retorika tersebar di berbagai karyanya, antara lain, "*Kitab al-Huruf*", yang menjelaskan hubungan antara bahasa, logika, dan filsafat, "*Kitab al-Millah*", menjelaskan peran

retorika dalam agama dan politik, dan "*Tahsil al-Sa'ada*", yang membahas peran filsafat dan retorika dalam mencapai kebaikan tertinggi.

Filosuf Muslim lainnya yang mengembangkan teori retorika adalah Ibnu Rusy. Ibnu Rusy melihat retorika sebagai alat penting dalam konteks agama, yakni untuk membantu menyampaikan ajaran teologis dan moral dengan cara yang menarik. Gagasan Ibnu Rusy tentang retorika ditemukan dalam komentarnya tentang Aristoteles, khususnya "*Commentary on Aristotle's Rhetoric*": Analisis terperinci tentang "*Rhetoric*" karya Aristoteles, dimana dia menjelaskan dan memperluas prinsip-prinsip Aristotelian. Karya lainnya adalah "*Tahafut al-Tahafut*". Meskipun pada dasarnya "*Tahafut al-Tahafut*" merupakan pembelaan filsafat Aristotelian terhadap kritik Al-Ghazali, karya ini juga menyentuh metode retorik yang digunakan dalam perdebatan filosofis dan teologis (Saleh, 2021).

Teori retorika Ibnu Rusy sangat dipengaruhi oleh karya "*Rethoric*" Aristoteles. Dia menganggap Aristoteles sebagai otoritas tertinggi dalam bidang ini dan menulis banyak komentar mengenai karya-karyanya. Oleh karena itu, Ibnu Rusy juga menekankan unsur-unsur retorika Aristotelian tradisional.

Namun demikian, meski retorika dalam tradisi Islam merupakan seni mempersuasi audiens sebagaimana yang ada dalam tradisi Barat pada umumnya, namun retorika dalam Islam memiliki prinsip dan tujuan yang berbeda dengan retorika politik, retorika hukum, atau lainnya. Ini karena retorika dalam tradisi Islam memiliki tujuan dakwah, sehingga dalam melakukan persuasi, seorang retor tidak boleh melibatkan cara-cara yang bertentangan dengan ajaran agama Islam (Hasanah, 2020).

Perangkat Retorika Dakwah (Wacana Agama)

Herrick (2009) mengidentifikasi karakteristik retorika wacana menjadi enam unsur --meskipun tidak semua unsur tersebut harus ada untuk mendefinisikan wacana sebagai retorika--, yakni (1) terencana, (2) disesuaikan dengan audiens, (3) dibentuk oleh motif manusia, (4)

responsif terhadap situasi, (5) bertujuan mempersuasi, dan (6) berkaitan dengan isu-isu yang terjadi dan berkembang.

Merujuk pada karakteristik tersebut, sebuah *khutbah*, ceramah, atau karya tulis keagamaan hakekatnya adalah bagian dari retorika wacana, dan secara spesifik bisa disebut sebagai retorika wacana agama atau retorika dakwah. Pasalnya, *khutbah* dan karya tulis keagamaan merupakan tindakan terencana yang membahas masalah-masalah penting berbasis konteks sosial-audiens agar mereka mengikuti solusi (jalan kebenaran) yang disampaikan dalam ajaran Islam.

Sejalan dengan hal tersebut, retorika dakwah dapat dinyatakan sebagai disiplin praktis untuk mempersuasi audiens dengan menggunakan kekuatan simbol verbal dan nonverbal --baik melalui *khutbah*, ceramah, *pengajian*, diskusi keagamaan, karya ilmiah-populer dan karya jurnalistik-- agar mengikuti jalan kebenaran sesuai ajaran agama Islam.

Secara teoretis, persuasi biasanya tidak dilakukan secara eksplisit atau bersifat memaksa secara langsung, namun "*relies on the power of verbal and nonverbal symbols*" (Miller, 2002, hal. 4). Bahasa (simbol verbal) merupakan dasar persuasi dan peran simbol nonverbal adalah untuk memperkuat makna dan/atau kredibilitas pesan verbal (Miller, 2002, hal. 5).

Strategi persuasi atau retorika wacana keagamaan bisa dikaji melalui beragam perspektif. Johnstone (2008) menyatakan ada tiga strategi persuasi dalam retorika wacana, yakni, *quasilogical* (kuasi logis), *presentational* (presentasional), dan *analogical* (analogi). Kuasi logis merupakan metode persuasi sebagai proses meyakinkan secara rasional, yang dibangun melalui argumen berdasarkan pembuktian yang disusun secara cermat, dan mengacu pada struktur penalaran formal dan silogistik. Sedangkan "presentasional" merupakan metode persuasi yang didasarkan pada asumsi bahwa ketika seseorang terpersuasi, maka merasa ia tergerak dan hanyut oleh aliran kata-kata dan bunyi yang berirama atau puisi. Bahasa presentasional dicirikan oleh alirannya yang berirama dan parataktik. Pembaca dan pendengar terhanyut oleh klausa paralel yang terhubung dalam rangkaian koordinat. Adapun metode "analogi" menggunakan perbandingan dan ungkapan/pepatah

dengan memanfaatkan pengetahuan bersama dari budaya, sejarah, dan tradisi.. Retorika analogi mempersuasi dengan cara ‘mengajar’, yakni mengingatkan audiens tentang nilai-nilai yang telah teruji oleh waktu dengan meminta mereka membuat lompatan lateral antara peristiwa-peristiwa masa lalu dan pelajaran yang didapati dari peristiwa-peristiwa tersebut serta isu-isu terkini (Johnstone, 2008, 245-248).

Sedangkan menurut Aristotelian, strategi persuasi dapat memanfaatkan tiga aspek retorika, yakni *logos*, *pathos*, dan *ethos* (Crick, 2014). *Logos* melibatkan penyajian argumen logis dan rasional yang didukung oleh bukti, fakta, dan penalaran. Untuk mendukung argumentasi logis perlu menggunakan strategi seperti menghadirkan masa kini/masa depan sebagai konsekuensi alami dari masa lalu, mekanisme kausalitas, solusi masalah, perbandingan dan kontras, intertekstualitas (referensi) pada statistik/fakta/sumber, bukti eksperimen, analogi, dan metafora (Brno, 2019, hal. 25).

Ethos mengacu pada pembentukan kredibilitas dan kepercayaan sebagai pembicara. Hal ini dapat dicapai melalui menunjukkan keahlian, menunjukkan ketulusan, dan menonjolkan nilai-nilai bersama dengan audiens. Dalam etos terdapat strategi yang dapat meningkatkan kredibilitas dan otoritas pembicara, misalnya membangun kredibilitas pembicara berdasarkan otoritas, membangun kredibilitas/otoritas pembicara berdasarkan keahlian, berbagi pengalaman pribadi, narasi kepemilikan, dan narasi prestasi. Ada juga strategi yang dapat meningkatkan keterlibatan pendengar, seperti ajakan langsung kepada pendengar, mengklaim kesamaan, merujuk pada kita dan mereka, pengalaman masa lalu, dan referensi intertekstual ke sumber-sumber yang sudah ada (Brno, 2019, hal. 23).

Pathos berfokus pada daya tarik emosi audiens, membangkitkan perasaan seperti empati, kasih sayang, atau kegembiraan. Dalam *pathos*, pembicara dapat menggunakan strategi humor, ironi, sindiran, kesopanan, pengaruh, atau legitimasi nilai atau keyakinan dan kategorisasi aktor sosial. Untuk menerapkan strategi tersebut, pembicara atau penulis dapat menggunakan dengan perangkat bahasa tertentu. Hal paling penting adalah memperhatikan kohesi/koherensi (kesinambungan topik, kaitan logis dan hubungan wacana), struktur

pribadi (kata ganti orang inklusif dan eksklusif, perangkat referensi diri lainnya), tindak tutur, evaluasi (tindakan evaluatif positif dan negatif, lexis evaluatif – positif dan negatif, modalitas, penanda kesopanan, pagar dan pemacu), dan bahasa kiasan (Brno, 2019, hal. 24). Dalam menganalisis retorika ceramah Gus Iqdam, studi ini menggunakan perspektif Aristotelelian.

Jenis penelitian ini menggunakan analisis teks kualitatif, yang menghasilkan paparan deskriptif terhadap konten, tema, dan makna yang mendasari dalam teks (Smith, 2017). Unit observasi kajian ini ceramah Gus Iqdam pada “*Rutinan Selasa Malam Sabilu Taubah 22 Januari 2024*”: <https://www.youtube.com/watch?v=JLzsk7IAgk8>. Unit analisis studi ini adalah aspek linguistik ceramah seperti kosakata, semantik, urutan kata, dan struktur teks, yang sejalan dengan tujuan penelitian.

Analisis data dilakukan melalui analisis tematik, yaitu metode untuk mengidentifikasi pola atau tema dalam data kualitatif. Dalam hal ini, peneliti mengadopsi kerangka kerja enam fase yang diusulkan oleh Moira Maguire dan Brid Delahunt (2017), yang meliputi pengenalan data, pembuatan kode awal, identifikasi tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, dan pembuatan laporan akhir. Fase-fase ini tidak sepenuhnya linier dan mungkin memerlukan gerakan iteratif antar langkah, terutama saat menangani data yang kompleks atau ekstensif.

Memahami Retorika Gus Iqdam

Logos: Membangun Argumentasi, Menghadirkan Bukti

Seperti pada analisis data yang dipaparkan sebelumnya, analisis *logos* pada ceramah Gus Iqdam difokuskan pada intertekstualitas, struktur logika (*logical order*), dan bahasa figuratif yang digunakan saat berceramah pada “*Rutinan Selasa Malam Sabilu Taubah 22 Januari 2024 dengan topik*

Metodologi

Hasil dan Pembahasan

Akhlak”: <https://www.youtube.com/watch?v=JLzsk7IAgk8>

Intertekstualitas. Intertekstualitas ceramah Gus Iqdam ini merujuk pada sumber teks keislaman yang menjelaskan al-Qur'an, seperti *tafsir* al-Qur'an, hadis nabi, kitab kuning, dan penyebutan tokoh-tokoh atau orang-orang suci dalam Islam, penggunaan bahasa konseptual, dan kutipan langsung atau tidak langsung terhadap “teks suci” yang diungkapkan Gus Iqdam saat berceramah. Dalam menjelaskan perihal akhlak pada Rutinan Selasa Malam *Sabilu Taubah* 22 Januari 2024, Gus Iqdam merujuk pada Rasulullah Muhammad Saw sebagai *role-model* bagi manusia dalam berakhlak;

"Allah Swt menurunkan kita di dunia ini sekaligus dengan contohnya..., alhamdulillah contohnya itu bukan siapa siapa tapi sesama manusia, tetapi tidak seperti manusia pada umumnya manusia....kanjeng nabi didukno nang dunyo niki digawe contoh awake dewe, yo digawe panutane awake dewe, nah awake dewe lek pingin slamet niru tindak lampahe kanjeng nabi".

Secara spesifik, Gus Iqdam dalam ceramah yang menjadi obyek penelitian ini, membahas tentang akhlak Nabi Muhammad, yakni kedermawanan, سَخَا (*sakho*). Dalam hal ini, dia merujuk pada beberapa kitab klasik (kuning), yakni kitab *Taisirul Khallaq*, karya Hafidz Hasan al Mas'udi, kitab *Wa Haqiqatul Jud* karya Imam al-Husairi;

“*Nek miturut Syech Hafidz Hasan al Mas'udi, sakho niki ngoten niku, menyaraken bondo tanpa paksaan, tanpa diminta, tanpa mengharapn pamrih dari orang yang kita kasih. Tapi nek miturut Imam al-Husairi dalam kitabnya Wa Haqiqatul Jud, sakho adalah أَنْ لَا يَصْغَبَ عَلَيْهِ الْبَذْلُ*, hakekatnya dermawan adalah orang yang tidak sulit memberikan sesuatu”.

Sedangkan untuk menjelaskan pengertian, fungsi, dan manfaat kedermawanan (*sakho*) kepada audiens, Gus Iqdam juga banyak mengutip hadist rasulullah Saw., diantaranya adalah hadis qudsi yang diriwayatkan oleh Imam Ibnu Asaakir, hadis shahih yang diriwayatkan oleh Bukhori, Muslim, Al-Thabrani, dan Tirmidzi. Hadis Qudsi yang diungkapkan oleh Gus Iqdam adalah *Inna hadza diinun irtadloitu*

linafsi, lan yushlihahu illaa as-sakhoo-u wa husnul khuluq, fa akrimuuhu bihima.

“Berkata Jabir, berkata Rasulullah, berkata Jibril, Allah Swt. berfirman, sesungguhnya inilah agama (Islam) yang Aku ridhai untuk diri-Ku. Dan tidak akan memperbaiki agama ini kecuali dengan kedermawanan dan akhlak yang baik. Karena itu muliakanlah agama ini dengan kedua hal itu.”

Kutipan hadis lain adalah saat Gus Iqdam memberikan contoh tentang kedermawanan Nabi SAW yang selalu memberikan sesuatu kepada orang lain tanpa merasa takut miskin “*Yu’thi ‘athaa man laa yakhsyal faqr*”.

Hadis *muttafaqun alaihi* “خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ”; sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat untuk orang lain” juga dikutip Gus Iqdam. Hadis lain yang dikutip Gus Iqdam untuk meyakinkan audiens bahwa soal manfaat sifat dermawan (*sakho*) untuk diri seseorang, baik manfaat social maupun teologis;

عن عائشة رضي الله عنهما قالت قال رسول الله ﷺ السخي قريب من الله تعالى، قريب من الناس، قريب من الجنة، بعيد عن النار. والبخل بعيد من الله تعالى، بعيد من الناس، بعيد من الجنة، قريب من النار. والجاهل السخي أحب إلى الله تعالى من العابد البخل

“Dari Aisyah RA, ia berkata, Rasulullah SAW bersabda, ‘Orang dermawan dekat dengan Allah, dekat dengan manusia, dekat dengan surga, dan jauh dari neraka. Sebaliknya, orang yang kikir jauh dari Allah, jauh dari manusia, jauh dari surga, dan dekat dengan neraka. Orang bodoh yang dermawan lebih disukai oleh Allah daripada ahli ibadah yang kikir,’”

Intertekstualis lain yang dilakukan Gus Iqdam dalam aspek retorika-logos adalah merujuk pada beberapa tokoh agama atau *ulama* dalam ceramahnya, seperti Habib Husein pengasuh Majelis Roso, Habib Syech Solo, Gus Azmi. Mereka disebut-sebut oleh Gus Iqdam sebagai contoh dalam menjelaskan *sakho*, baik kedermawanan dalam bentuk pemberian materi maupun non-ateri.

Struktur Logika. Gus Iqdam dalam ceramahnya menggunakan beberapa logical orde diantaranya, ‘deduktif’, ‘sebab-akibat’, dan

sebagian menggunakan ‘logika perbandingan’. Struktur logika deduktif dalam ceramah merupakan teknik penyampaian pesan yang diawali dengan konsep-konsep abstrak lebih lanjut disampaikan dengan bukti-bukti spesifik atau gagasan pendukung. Hal ini tampak ketika memaparkan tentang ‘akhlak seorang Muslim’ yang dikutip dari *kitab kuning*. Gus Iqdam merujuk pada definisi konseptual perihal *sakho* yang ada di kitab *Taisirul Khallaq* saat mengawali ceramah tentang ‘akhlak’. Lebih lanjut, dia memberikan penjelasan melalui contoh-contoh dari kehidupan sekitar, termasuk menarasikan beberapa cerita pengalaman pribadinya saat bertemu Habib Husein di Ponorogo.

Beberapa kali Gus Iqdam juga menggunakan ‘logika perbandingan’ dalam menjelaskan pokok bahasan ceramah pada pengajian rutin malam Selasa 22 Januari 2024 itu. Diantaranya ketikan perihal semangat jamaah dari kelompok disabilitas yang menyempatkan hadir dalam acara tersebut dengan para jamaah yang diberikan kesempurnaan secara fisik oleh Allah Swt.

Sedangkan logika ‘sebab-akibat’ digunakan Gus Iqdam saat menjelaskan perihal Rasulullah Muhammad Saw sebagai *role-model* bagi manusia dalam berakhlak, yakni menggunakan prinsip silogisme dengan mengemukakan premis dasar sebagai dasar penyimpulan.

Premis 1: Allah Swt menurunkan kita (manusia) di dunia

Premis 2: Dia memberi kita (manusia) contoh untuk diikuti.

Premis 3: Contoh itu adalah manusia (Nabi Muhammad ﷺ).

Kesimpulan: Oleh karena itu, jika kita ingin berhasil, kita harus mengikuti contohnya

Bahasa Figuratif. Meskipun Gus Iqdam banyak menggunakan metafora dalam menjelaskan gagasannya, namun metafora tidak banyak digunakan sebagai bagian dari logos atau dalam formulasi *central-route*, namun lebih cenderung digunakan dalam *peripheral route* (*pathos* atau *ethos*).

Dalam konteks metafora-logos ceramah Gus Iqdam, dapat dilihat dari ungkapannya “akhlaknya harus kita bengkel”. Audiens diajak untuk memahami konsep akhlak dengan bengkel. Maksudnya adalah sebagian jaamah yang ikut pengajian adalah mantan brandalan,

sehingga perlu dipahami ajaran-ajaran Islam perihal akhlak yang ada di dalam kitab *Taisirul Khallaq* yang akan disampaikan Gus Iqdam.

Ethos: Meneguhkan Kredibilitas dan Integritas Diri

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa aspek utama *ethos* adalah kepercayaan dan rasa hormat (*trustworthiness & respect*), kesamaan dengan audiens, otoritas, keahlian dan reputasi (*expertise & reputation*). Dalam konteks ini, Gus Iqdam melakukannya dengan beberapa pendekatan yang memperkuat kredibilitasnya di hadapan audiens.

Mengenalkan Nasab: Gus Iqdam sering menyebutkan latar belakang pendidikan, pengalaman spiritualnya, dan *nasab* keluarganya, seperti dirinya alumni Pondok Pesantren Ploso Kediri dan isterinya, Ning Nela, dari pesantren Lirboyo. Kredibilitas Gus Iqdam juga sering ditunjukkan melalui menyebutkan kedekatannya dengan para kiai pesantren dan *habaib*. Kredibilitas Gus Iqdam juga tampak dari kemampuannya membaca *kitab kuning* serta memaknainya.

Ketulusan & Sifat Autentik.. Menunjukkan sikap tulus dan autentik dalam penyampaian pesan sangat penting. Gus Iqdam biasanya berbicara dengan penuh ketulusan dan penuh rasa empati kepada orang lain. Ini merupakan ciri dari otentisitas yang kerap ditunjukkan Gus Iqdam dalam berdakwah di depan jamaah. Hampir di setiap ceramah, Gus Iqdam membagi-bagikan uang, sarung, gelang, dan kebutuhan fisik kepada para jamaah yang hadir..Hal ini membuat audiens merasa bahwa dirinya benar-benar peduli dengan mereka.

Dengan pendekatan ini, Gus Iqdam berhasil menggunakan aspek *ethos* untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas di hadapan audiens, sehingga “ceramah rutinan malam Selasa” menjadi lebih berpengaruh dan inspiratif.

Pathos: Membangun Daya Tarik Emosional

Dalam menyampaikan ceramah, pelibatan emosi audiens (*pathos*) paling banyak didapati. Hal ini juga dilakukan Gus Iqdam dalam ceramahnya dengan cara memberikan cerita pengalaman pribadi, menggunakan metafora dalam menjelaskan pesan dakwah, berinteraksi langsung dengan para jamaah melalui tanya jawab, memberikan

komentar-komentar inspiratif, membagikan hadiah kepada para jamaah yang hadir, hingga memberikan lontaran humor.

Interaktif dengan Jamaah. Hal yang paling menonjol dari penggunaan perangkat *pathos* dalam ceramah Gus Iqdam adalah interaksi secara langsung dengan para jamaah dengan mempersilahkan beberapa dari mereka untuk bertanya, bercerita tentang masalah yang mereka hadapi, motivasi hadir di *pengajian*, serta membagikan uang dan hadiah kepada jamaah yang hadir. Di antaranya adalah disabilitas dari Sidoarjo, Alvin dan rombongan disabilitas dari Gresik, serta seorang ibu, Omah, dari Flores.

Gus Iqdam juga memberikan komentar yang memantik emosi dari cerita mereka yang diberi kesempatan bertanya, seperti komentarnya kepada Alvin, seorang tunanetra asal Sidoarjo;

“Uwong niku duwe ujiane dewe dewe, yo nduwe nikmate dewe dewe dan untuk sahabat-sahabat disabilitas ora usah seng enek cilik ati, terus semangat niki wau di duhne diwakili Alfin bisa menghibur ribuan jamaah dan jamaah yang di hibur mayoritas malah lebih sempurna secara fisik, tapi Kulo kelingan dawuh ipun kanjeng Nabi SAW innallaha taala layanduru ila suwarikum wala ila amwalikum, Gusti Allah niku ra ndelok bentuke awake dewe, ra ndellok wajae awake dewe ra dellok bondone awake dewe walakin yakduru ila kulubikum wa a’malikum sing didelok iku atine alfin, atine ibuk ibuk seng disabilitas niki karo sing didelok amale Afvin karo amale bolo-bolo niki wau, mugo mugo Alvin dan teman-teman disabilitas yang lain uripe ditoto karo gusti Allah, mugo mugo terus dikei kebahagiaan karo gusti Allah, penting atine fin, wong atine resik koyo alfin niki loh masyaallah”.

Metafora merupakan perangkat retorik (*pathos*) yang digunakan Gus Iqdam dalam menyampaikan pesan dalam ceramahnya, seperti saat menjelaskan perihal sifat rasulullah Muhammad Saw, “Kanjeng Nabi kalau di kumpulkan dengan kita Kanjeng Nabi seperti mutiara, berlian”. Pula saat menjelaskan sifat kedermawanan Nabi Muhammad yang tulus dalam memberi bantuan “Kanjeng Nabi lek maringi tiyang seolah-olah *oro wedi mlarat* (tidak takut miskin)”.

Humor. Humor juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam ceramah Gus Iqdam. Dia menggunakan berbagai jenis humor, seperti *satire*, *self deprecating*, atau *roasting*. Seperti saat menjelaskan pengertian *sakho* (dermawan) kepada jamaah, “*Koyok awakmu mbandai gendakanmu ngono lho., koq tukokno HP, koq tukoqne motor, koq kreditne motor, kowe dewe numpak sepeda ontel* (sepeda angin)”. Dalam konteks yang sama, yakni menjelaskan pentingnya *sakho* kepada audiens, Gus Iqdam kemudian melakukan gaya humor ironi;

“*Iqdam iku opo wes loman, deloken cangkeme koyo ngono...engko lang ngentahi aku koyok ngono* (Iqdam itu apa dirinya sudah dermawan, koq berbicara seperti itu...jangan-jangan ada yang memaki saya seperti itu)”.

Selain itu, Gus Iqdam juga sering *merosting* beberapa jamaah sebagai strategi pathos untuk memperkuat pesan yang disampaikan, “Kanjeng Nabi kalau dikumpulkan dengan kita, Kanjeng Nabi seperti mutiara, berlian, *lek koyok Tato koyok watu grasak, watu sritil, watu gombong, lek aku watu berkualitas lah granit lah sepurane ae, lek Margono watu ginjal,*”.

Mahami Metaretorika Ceramah Gus Iqdam

Metaretorika pada dasarnya adalah retorika tentang retorika, yakni mengeksplorasi bagaimana strategi retorika dibangun, didiskusikan, dan direfleksikan, bukan hanya bagaimana strategi tersebut digunakan dalam komunikasi. Dalam hal ini, peneliti menganalisis bagaimana elemen retorika seperti *logos*, *etos*, dan *pathos*, beroperasi dan berfungsi dalam sebuah wacana agama, yakni ceramah agama yang disampaikan Gus Iqdam pada ‘Rutinan Malam Selsa 22 Januari 2024’.

Dalam aspek metaretorika *logos*, beberapa ungkapan Gus Iqdam yang disampaikan dalam ceramahnya diarahkan untuk membimbing audiens melalui jalur logika/silogisme. Argumen yang disusun Gus Iqdam secara logis melalui premis-premis silogisme dalam struktur “sebab-akibat” perihal Rasulullah Muhammad Saw sebagai *role-model* bagi manusia dalam berakhlak, merupakan contoh nyata tentang

metaretorika *logos*, yakni, strategi retorika yang merefleksikan, membingkai, dan memandu proses penalaran audiens. Dalam hal ini, Gus Iqdam tidak hanya menyampaikan doktrin agama, namun ia membimbing pendengar untuk memahami mengapa hal itu masuk akal, langkah demi langkah, dan menyiratkan, “Anda lihat, ini masuk akal—Tuhan memberi kita model yang mungkin diikuti karena dia juga manusia seperti kita.”.

Selain itu, Gus Iqdam juga membimbing nalar audiens untuk berpikir secara logis terkait ‘logika kebijakan rencana Ilahi’ melalui ungkapan “Alhamdulillah, contohnya bukan siapa-siapa, melainkan sesama manusia, tetapi bukan sembarang manusia..” Hal ini bukan sekadar statemen (pesan), melainkan komentar tentang logika pilihan *Ilahi*, yakni membingkai keputusan Tuhan sebagai keputusan yang bijaksana, praktis, dan masuk akal, yang diorientasikan untuk membimbing audiens memahaminya dan memerintahkan audiens mengikutinya berdasarkan alur logika.

Tabel 1.Unsur dan Fungsi Metaretorika Aspek Logos dalam Cermah Gus Iqdam

Unsur	Fungsi
Melakukan <i>framing</i> rencana/tindakan Allah Swt sebagai sesuatu yang masuk akal	Membangun kredibilitas pesan
Memandu langkah-langkah logis (premis → kesimpulan)	Membantu audiens memahami penalaran
Menekankan aspek kemanusiaan Nabi	Menjadikan pesan yang disampaikan tampak realistis dan dapat diterima
Menggambarkan kewajiban moral melalui nalar-logis	Membuat pesan persuasif dan tampak tidak terkesan otoriter

Demikian halnya dengan metaretorika *ethos*. Gus Iqdam tidak hanya berbicara tentang kredibilitasnya, tetapi juga membingkainya dengan cara yang membimbing jamaah untuk memercayainya secara emosional, intelektual, dan spiritual. Dengan menggabungkan garis keturunan, latar belakang pendidikan, dan ketulusan tindakan, Gus

Iqdam membangun etos multidimensi yang meningkatkan dampak ceramahnya.

Hal demikian ini tergambar dalam beberapa pernyataan Gus Iqdam saat ceramah pada *pengajian rutinan* Selasa malam tersebut. Dengan menyatakan bahwa dirinya alumni Ploso Kediri, dan terhubung dengan Lirboyo melalui istrinya, yang menandai otoritas pesantren tradisional, menyiratkan fungsi metaretorika etos untuk membingkai mengapa kata-katanya dapat dipercaya, yang tersirat “Anda dapat mempercayai saya karena saya berasal dari garis keturunan yang kredibel, sakral, dan terpelajar, serta mempunyai kedekatan dengan kiai dan *habaib*.”

Tabel 2. Elemen dan Fungsi Metaretorika Etos dalam Cermah Gus Iqdam

Unsur	Fungsi
Pendidikan dan garis keturunan keluarga	Meningkatkan latar belakang sebagai sumber legitimasi
Hubungan dengan <i>kiai</i> & <i>habaib</i>	Membangun kepercayaan spiritual dan moral
Ketulusan dalam penyampaian	Menunjukkan keaslian dan karakter moral
Memberi bantuan materi	Mewujudkan kepedulian, memperkuat kepribadian etis

Sedangkan terkait dalam metaretorika *pathos* Gus Iqdam tampak saat dirinya mengomentari nilai emosional pesan yang disampaikan, memandu bagaimana audiens seharusnya terlibat dalam perasaan seseorang, situasi, atau kebenaran, serta membingkai emosi sebagai sesuatu yang bermakna secara moral atau bermanfaat secara spiritual.

Saat Gus Iqdam membangun humor ironi “*Iqdam iku opo wes loman, deloken cangkeme koyo ngono...engko lang ngentahi aku koyok ngono*,” yakni dengan jenaka mengkritik pilihan retorikanya sendiri, hakekatnya dirinya melakukan metaretorika *pathos*. Dalam hal ini membuat audiens sadar bahwa dirinya tahu bahwa dia sedang beretorika. Ini adalah teknik cerdas yang memperkuat ikatannya dengan penonton dengan menunjukkan kerentanan dan

memanusiakan dirinya, sembari secara halus membimbing mereka untuk merenungkan bagaimana kata-kata dapat dinilai atau disalahpahami.

Pula ketika Gus Iqdam memberikan komentar yang memantik emosi dari cerita Alvin, seorang tunanetra asal Sidoarjo, yang diberi kesempatan bertanya; *“Uwong niku duwe ujiane dewe dewe, yo nduwe nikmate dewe dewe dan untuk sahabat-sahabat disabilitas ora usah seng enek cilik ati, terus semangat niki wau di duhne diwakili Alfin bisa menghibur ribuan jamaah dan jamaah yang di hibur mayoritas malah lebih sempurna secara fisik.*

Komentar Gus Iqdam menceritakan kisah Alfin bukan hanya untuk menginspirasi, tetapi juga untuk secara emosional memvalidasi pernyataannya tersebut, dan mengarahkan audiens untuk merasakan kekaguman dan refleksi, bukan rasa kasihan. Hal ini menyiratkan ungkapan *“Lihat? Ini bukan teori—ini bukti bahwa kekuatan emosional, melampaui keterbatasan fisik”*.

Lebih dari itu, Gus Iqdam melakukan spiritualisasi emosi, yakni membingkai ulang daya tarik emosi melalui perspektif *Ilahi*. Hal dilakukan dengan membuhi komentarnya dengan kutipan hadis, *“...Gusti Allah niku ra ndelok bentuke awake dewe, ra ndellok wajae awake dewe ra dellok bondone awake dewe walakin yakduru ila kulubikum wa a'malikum...”*. Metaretorika pathos ini dilakukan Gus Iqdam dengan mengangkat daya tarik emosional menjadi wawasan religious, dan menyiratkan "Apa yang Anda rasakan saat ini, kehormatan, kekaguman, kasih sayang, adalah apa yang Tuhan hargai."

Simpulan

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi retorika Gus Iqdam sangat khas, dinamis, dan berakar kuat pada ceramah Islam tradisional, namun adaptif terhadap khalayak era digital. Gayanya memadukan unsur-unsur retorika klasik, *etos*, *pathos*, dan *logos*, dengan referensi budaya populer, humor, dan karisma spiritual, sehingga ceramahnya menarik, terutama bagi kaum muda, urban, dan Muslim yang terhubung secara digital.

Metaretorika ceramah Gus Iqdam tertanam dalam unsur-unsur retorika klasik tersebut yang disusun dalam rangka membimbing audiens untuk memahami wacana keagamaan secara logis dan ditujukan untuk membangun keterhubungan dengan audiens. Struktur logika deduktif, sebab-akibat, dan perbandingan yang digunakan Gus Iqdam tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan doktrin agama, namun juga membimbing pendengar untuk memahami mengapa wacana agama itu masuk akal. Sedangkan metaretorika *pathos* ini dilakukan Gus Iqdam, dalam beberapa hal, dengan spiritualisasi emosi. Adapun metaretorika *ethos* berfungsi untuk membangun kredibilitas Gus Iqdam sekaligus mengarahkan jamaah untuk memercayainya secara emosional, intelektual, dan spiritual.

Referensi

- Abdullah, M. Q. (2018). *Cetak biru mahir berdakwah: Mengubah dakwah biasa jadi wah!.* Sulawesi Selatan: Kaaffah Learning Center.
- Akmaliah, W. (2020). The demise of moderate Islam: New media, contestation, and reclaiming religious authorities. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10(1), 1–24. <https://doi.org/10.xxxxxx>
- Alvara Research Center. (2020, December). *2021 Tahun yang mengubah arah peradaban manusia.* <https://alvara-strategic.com/wp-content/uploads/2020/12/Catatan-Akhir-Tahun-Alvara-2020.pdf>
- Arifianto, A. R. (2020). Rising Islamism and the struggle for Islamic authority in post-Reformasi Indonesia. *TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia*, 8(1), 37–50.
- Aristotle. (1984). *The rhetoric and the poetics of Aristotle.* New York: Modern Library.

- As'ad, M. (2021). Penetrasi dakwah Islamisme eks HTI di Indonesia: Studi netnografi dakwah Felix Siauw & 'Yuk Ngaji' di media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 33–63.
- Brno, M. (2019). *Persuasive strategies in religious discourse: A contrastive analysis of scripted sermons* (Master's thesis, Masaryk University).
- Bruinessen, M. van. (2013). *Contemporary developments in Indonesian Islam: Explaining the 'conservative turn'*. Institute of Southeast Asian Studies.
- Burdah, I. (2023). Growing exclusion of the majority: The 'triumph of Wahhabism' and its threat to Indonesian Islam in the democratic society. *Journal of Indonesian Islam*, 17(1), 54–75.
- Burke, K. (1969). *A rhetoric of motives*. University of California Press.
- Crick, N. (2014). *Rhetorical public speaking*. New York: Pearson.
- Demirdogen, Ü. D. (2010). The roots of research in (political) persuasion: Ethos, pathos, logos and the Yale studies of persuasive communications. *International Journal of Social Inquiry*, 3(1), 189–201.
- Dewi, O. S., & Fata, A. K. (2021). Beragam jalan menjadi salih: Model dakwah kelas menengah Muslim Indonesia. *Jurnal Bimas Islam*, 14(1), 1–32.
- Ezzaher, L. E. (2016). Alfarabi's book of rhetoric: An Arabic-English translation of Alfarabi's commentary on Aristotle's *Rhetoric*. *Rhetorica*, 26(4).
- Fairuz, R. (2020, May 13). Survei: Ceramah Ustadz Abdul Somad dan Gus Baha paling banyak didengar publik selama Ramadhan 2020. *Islami.co*. <https://islami.co/survei-ceramah-ustadz-abdul-somad-dan-gus-baha-paling-banyak-didengar-publik-selama-ramadhan-2020/>
- Hasanah, U. (2020). Kualifikasi da'i: Komparasi konseptual retorika dakwah dan retorika Aristoteles. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 256–275.

- Herrick, J. A. (2009). *The history and theory of rhetoric: An introduction*. Boston: Pearson.
- Hidayat, M. (2022). Pengemasan konten ceramah kiai di new media: Studi kasus pada YouTuber milenial Gus Baha pada channel El-Yeka Kudus. *J-KIS*, 3(1), 41–58.
- Holub, R. C. (1984). *Reception theory: A critical introduction*. London & New York: Methuen.
- Johnstone, B. (2008). *Discourse analysis* (2nd ed.). Malden, MA: Blackwell.
- Latif, Y. (2012). *Inteligensia Muslim dan kuasa: Genealogi inteligensia Muslim Indonesia abad ke-20*. Jakarta: Yayasan Abad Demokrasi.
- Maguire, M., & Delahunt, B. (2017). Doing a thematic analysis: A practical, step-by-step guide for learning and teaching scholars. *AISHE-J*, 9(3), 3351–3365.
- Mehdi, M. K. (2025). Persuasive strategies used in religious argumentative discourse. *International Journal of Linguistics*, 17(1),
- Murphy, J. J. (2002). The metarhetoric of Aristotle, with some examples from his *On Memory and Recollection*. *Rhetoric Review*, 21(3), 213–228.
- Nadzir, I. (2018, July 3–4). *Da'wa 2.0: The mediation of preaching on Salafi's internet practices*. Paper presented at the conference "Religious Authority in Indonesian Islam: Contestation, Pluralization, and New Actors," ISEAS Yusuf Ishak Institute, Singapore.
- Panuju, R. (2021). Extracting religious identity: The cyber-ethnography of Abdul Somad's preaching. *Journal of Indonesian Islam*, 15(2), 515–534.
- Perloff, R. M. (2003). *The Dynamics of Persuasion. Communication and Attitudes in the 21st Century*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates

- Ramadani, A. S., & Fahmi, M. R. (2023). Fenomena retorika humor dalam dakwah Gus Iqdam di era digital. *Jurnal Komunikasi Dakwah*, 10(1), 22–35
- Rohmatulloh, D. M., et al. (2022). Gus Baha, Santri Gayeng, and the rise of traditionalist preachers on social media. *Journal of Indonesian Islam*, 6(2), 303–325.
- Smith, J. A. (2017). Textual analysis. In C. S. Davis, R. F. Potter, & J. Matthes (Eds.), *The international encyclopedia of communication research methods*. John Wiley & Sons. <https://doi.org/10.1002/9781118901731.iecrm0230>
- Social Blade. (2024). *Gus Iqdam Official YouTube stats*. <https://socialblade.com/youtube/channel/UCRLudgq-8L3QApNo8eyuq5g>
- Wijaya, S. (2024). “Puluhan Ribu Jamaah Menghadiri Pengajian Gus Iqdam di Bantul.” *Koran Bernas*, <https://koranbernas.id/puluhan-ribu-jamaah-menghadiri-pengajian-gus-iqdam-di-bantul>
- Wróbel, S. (2015). Logos, ethos, pathos. Classical rhetoric revisited. *Polish Sociological Review*, 191(3), 401–421.
- Yahya, Q., & Iswahyudi. (2022). Efektivitas dakwah Gus Baha’ terhadap pemahaman fiqh ibadah shalat mahasiswa. In *Proceedings of The 2nd Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era* (pp. 305–314).
- Youtubers.me. (2024). *Gus Iqdam Official – YouTube channel statistics*. <https://sn.youtubers.me/gus-iqdam-official/youtube-estimated-earnings/en>