

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 12, January 2026, P. 97-103
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18073985>

Analisis Retorika Islami terhadap Emosi Jamaah pada Ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus di Media YouTube

Islamic Rhetoric Analysis on Congregational Emotions in Ustadzah Halimah Alaydrus' Lecture on YouTube

Saskia Verellita Samsudin¹, Nasichah², Muin Nur Ahsan³

^{1,2,3}Prodi Bimbingan Dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: saskia.verellita24@mhs.uinjkt.ac.id, nasichah@uinjkt.ac.id, muin.nur24@mhs.uinjkt.ac.id

Abstrak

Dalam era dakwah digital, media sosial seperti YouTube menjadi ruang baru bagi para pendakwah dalam menyampaikan pesan keagamaan. Salah satunya tampak pada ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus berjudul “Jangan Sedih, Nabi Muhammad Menyayangimu” yang disajikan melalui animasi sederhana tanpa menampilkan sosok penceramah secara langsung. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh retorika Islami terhadap emosi jamaah dalam ceramah tersebut. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui observasi video dan analisis isi terhadap gaya bahasa, narasi, serta respons jamaah pada kolom komentar. Analisis dilakukan dengan teori retorika Aristoteles (ethos, pathos, logos) dan teori emosi religius. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek pathos dan ethos paling dominan melalui penggunaan bahasa yang lembut, kisah keteladanan Nabi, dan pesan bernada menenangkan. Strategi tersebut mampu membangkitkan emosi positif seperti haru, tenang, dan rasa cinta kepada Rasulullah. Dengan demikian, retorika Islami berperan dalam memperkuat kedekatan emosional dan spiritual jamaah dalam konteks dakwah digital.

Kata kunci: *retorika Islami, emosi jamaah, dakwah digital, Ustadzah Halimah Alaydrus*

Abstract

In the era of digital da'wah, social media platforms such as YouTube have become new spaces for preachers to deliver religious messages. One example is the lecture by Ustadzah Halimah Alaydrus titled “Don't Be Sad, Prophet Muhammad Loves You”, presented through simple animation without directly showing the preacher. This study aims to analyze the influence of Islamic rhetoric on the emotions of the congregation in the lecture. The method used is descriptive qualitative through video observation and content analysis of language style, narrative, and audience responses in the comment section. The analysis is conducted using Aristotle's rhetorical theory (ethos, pathos, logos) and the theory of religious emotions. The results indicate that the aspects of pathos and ethos are the most dominant, through the use of gentle language, stories of the Prophet's exemplary character, and reassuring messages. These strategies successfully evoke positive emotions such as being touched, calmness, and love for the Prophet. Thus, Islamic rhetoric plays a role in strengthening the emotional and spiritual closeness of the congregation in the context of digital da'wah.

Keywords: *Islamic rhetoric, congregation emotions, digital da'wah, Ustadzah Halimah Alaydrus*

Article Info

Received date: 19 December 2025

Revised date: 22 December 2025

Accepted date: 29 December 2025

PENDAHULUAN

Dakwah dalam Islam bukan sekadar menyampaikan ajaran agama, tetapi juga merupakan proses komunikasi yang melibatkan aspek emosional dan juga spiritual. Keberhasilan seorang pendakwah dalam menyentuh hati pendengarnya sering kali bergantung pada cara pesan itu disampaikan. Dalam era digital saat ini, media sosial dan platform seperti YouTube telah menjadi ruang baru bagi penyebaran dakwah, sehingga kemampuan retorika seorang dai semakin berperan penting.

Salah satu pendakwah yang dikenal dengan gaya penyampaian lembut namun menyentuh adalah Ustadzah Halimah Alaydrus. Dalam berbagai ceramahnya di media digital, beliau sering menggunakan bahasa yang penuh kasih, kisah keteladanan Nabi Muhammad, serta intonasi suara yang menenangkan. Video beliau yang berjudul “Jangan Sedih, Nabi Muhammad Menyayangimu” menunjukkan bagaimana pesan keagamaan dapat dikemas dengan retorika yang kuat sehingga mampu

menyentuh emosi pendengarnya. Banyak jamaah yang mengaku merasa terharu, tenang, bahkan termotivasi setelah menonton ceramah tersebut.

Meskipun kajian tentang retorika dakwah telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek kebahasaan atau strategi komunikatif semata. Masih sedikit penelitian yang secara khusus menyoroti pengaruh retorika Islam terhadap emosi jamaah, terutama dalam konteks dakwah digital yang memungkinkan interaksi melalui media. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi kekosongan tersebut dengan menelaah bagaimana bentuk retorika Islam yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dan pengaruhnya terhadap emosi jamaah.

Secara akademik, penelitian ini relevan dengan bidang komunikasi Islam, psikologi religius, dan kajian dakwah kontemporer. Melalui analisis ini, diharapkan dapat dipahami bahwa retorika bukan hanya sekadar seni berbicara saja, tetapi juga sarana spiritual yang mampu membangkitkan empati, ketenangan batin, dan kedekatan dengan nilai-nilai keislaman. Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk retorika Islam yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dalam ceramah “Jangan Sedih, Nabi Muhammad Menyayangimu”?
2. Bagaimana pengaruh retorika tersebut terhadap emosi jamaah dalam kolom komentar YouTube?

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian mengenai retorika dakwah Islam telah banyak dilakukan dengan fokus yang beragam. Alwi (2020) menjelaskan bahwa retorika dalam dakwah berfungsi sebagai sarana persuasif untuk membangun pemahaman dan keterlibatan emosional jamaah. Menurutnya, penggunaan gaya bahasa yang lembut dan argumentatif dapat meningkatkan daya tarik dakwah di tengah masyarakat modern.¹

Sementara itu, Suryana (2019) meneliti gaya retorika dalam ceramah televisi dan menemukan bahwa keberhasilan pesan dakwah tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada kemampuan pendakwah dalam menyesuaikan nada suara, ekspresi wajah, dan pilihan diksi sesuai karakter audiens.² Temuan ini menunjukkan bahwa aspek nonverbal berperan penting dalam membangun suasana emosional pendengar atau audiens.

Penelitian lain oleh Hidayat (2021) berjudul *Retorika Dakwah Digital di Era Media Sosial* menyoroti pentingnya gaya komunikasi yang adaptif dan empatik dalam konteks dakwah digital.³ Ia menekankan bahwa media sosial menuntut pendakwah untuk membangun kedekatan spiritual dengan jamaah melalui pesan yang menenangkan dan relevan dengan pengalaman emosional audiens.

Dari berbagai penelitian tersebut, tampak bahwa studi mengenai retorika dakwah telah banyak menyoroti aspek kebahasaan dan strategi komunikasi, namun masih jarang yang meneliti secara spesifik pengaruh retorika Islam terhadap emosi jamaah dalam konteks dakwah digital. Celah inilah yang ingin diisi oleh penelitian ini, dengan fokus pada bagaimana bentuk retorika Islam yang digunakan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus mampu membangkitkan respons emosional jamaah melalui media YouTube.

A. Teori Retorika Aristoteles

Aristoteles dalam karyanya *Rhetoric* menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi persuasif sangat ditentukan oleh tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*.⁴

- a) *Ethos* mengacu pada kredibilitas dan karakter pembicara. Seorang pendakwah akan lebih mudah dipercaya apabila menunjukkan ketulusan, integritas moral, dan kompetensi keilmuan yang kuat. Dalam konteks dakwah Islam, *ethos* juga berarti kepribadian yang mencerminkan akhlak dan keilmuan agama.
- b) *Pathos* berkaitan dengan kemampuan pembicara menggugah emosi audiens. Unsur ini tampak ketika dai menggunakan bahasa yang lembut, kisah yang menyentuh hati, atau ungkapan yang membangkitkan rasa cinta dan empati.

¹ Alwi, *Retorika Dakwah dalam Konteks Modern* (Jakarta: Pustaka Dakwah, 2020), 45.

² Suryana, *Analisis Ceramah Televisi: Strategi Komunikasi dan Keterlibatan Emosional* (Bandung: Media Komunikasi, 2019), 72.

³ Hidayat, *Dakwah Digital dan Strategi Persuasif di Media Sosial* (Yogyakarta: UIN Press, 2021), 89.

⁴ Aristotle, *Rhetoric*, trans. W. Rhys Roberts (New York: Modern Library, 1954), 21.

- c) Logos berkaitan dengan kekuatan logika dan argumentasi. Dalam dakwah, hal ini dapat berupa penyampaian dalil, kisah Nabi, dan penjelasan runtut yang memperkuat pesan keagamaan secara rasional.

Ketiga unsur ini saling melengkapi dan membentuk kerangka komunikasi yang efektif. Dalam ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus, ethos tampak dari kepribadian dan keilmuannya, pathos dari kelembutan dan empati, serta logos melalui penggunaan dalil dan narasi religius yang terstruktur.

B. Teori Emosi Religius

Teori emosi religius menekankan bahwa emosi dalam pengalaman keagamaan memiliki kedalaman spiritual yang tidak ditemui dalam konteks emosional biasa. James R. Lewis menjelaskan bahwa respons seperti haru dan syukur muncul sebagai bagian dari pengalaman spiritual yang intens, bukan sekadar reaksi afektif biasa, melainkan sebagai elemen integral dalam proses keberagamaan itu sendiri.⁵

Dalam konteks dakwah, emosi religius dapat dibangkitkan melalui pendekatan retorik yang menyentuh dimensi batin jamaah. Bahasa yang lembut, kisah yang menyentuh, serta nada penyampaian yang menenangkan berperan sebagai pemicu keterlibatan afektif. Dengan cara ini, pesan dakwah tidak hanya diterima secara kognitif, tetapi juga dirasakan secara emosional dan spiritual.

Robert N. Bellah mendukung pandangan ini dengan menekankan bahwa emosi religius seperti rasa damai, kasih sayang, dan rasa takut kepada dosa berkontribusi dalam pembentukan kepribadian religius yang seimbang serta memperkuat komitmen keagamaan.⁶ Dalam konteks Islam, Ulum dan Astuti juga menjelaskan bahwa pengelolaan emosi berbasis nilai-nilai Islam—seperti sabar (ṣabr), syukur (shukr), dan pengendalian amarah (ghaḍab)—membantu menciptakan hubungan sosial yang harmonis serta mendukung efektivitas dakwah.⁷

Lebih dalam, Cahyono mengungkapkan bahwa pengalaman spiritual sering kali memunculkan bentuk emosi yang unik, seperti "emosi fraktal" atau perasaan kekosongan dan pasrah yang tidak mudah dijelaskan secara rasional.⁸ Dalam konteks dakwah digital, terutama seperti ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus, pendekatan retorik yang lembut dan naratif mampu membangkitkan emosi religius semacam ini, sebagaimana terlihat dari respons emosional jamaah di kolom komentar YouTube yang menunjukkan keharuan, ketenangan, dan rasa cinta kepada Rasulullah. Ini menegaskan bahwa retorika Islami dapat menjadi saluran komunikasi yang bukan hanya persuasif, tetapi juga menyentuh dimensi spiritual terdalam audiens.

C. Teori Komunikasi Dakwah

Teori komunikasi dakwah memandang dakwah sebagai proses penyampaian pesan Islam secara persuasif agar audiens tidak hanya memahami ajaran agama, tetapi juga terdorong untuk menghayati dan mengamalkannya. Efektivitas dakwah dipengaruhi oleh tiga komponen utama: da'i (pendakwah), mad'u (audiens), dan pesan serta media dakwah.⁹

Dalam perkembangan dakwah digital, media seperti YouTube telah menciptakan ruang baru bagi interaksi religius. Platform ini memungkinkan komunikasi yang bersifat dua arah melalui komentar, tayangan ulang, dan keterlibatan emosional yang terekam secara publik. Menurut Hidayat, komunikasi dakwah di era digital menuntut pendakwah untuk lebih empatik, adaptif, dan peka terhadap kebutuhan emosional jamaah yang beragam.¹⁰

Dengan demikian, komunikasi dakwah bukan hanya tentang isi pesan, tetapi juga cara menyampaikannya secara spiritual, afektif, dan relevan. Ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus menjadi contoh bagaimana dakwah digital dapat berfungsi sebagai media penyembuhan emosional sekaligus penguatan spiritual melalui retorika yang lembut dan naratif.

⁵ James R. Lewis, *The Psychology of Religious Emotion* (London: Routledge, 2018), 110.

⁶ Robert N. Bellah, "Peran Faktor Emosional dan Kognitif dalam Pembentukan Kepribadian Religius," *Jurnal Insania*, 2025.

⁷ Angga Shohibul Ulum dan Kamsih Astuti, "Religiusitas dan Kecerdasan Emosi dalam Perilaku Santri," *Jurnal Pakar*, vol. 7, no. 2, 2019.

⁸ R. Cahyono, "Dinamika Emosi dan Pengalaman Spiritual Beragama," *Jurnal Psikologi UNAIR*, vol. 4, no. 1, 2011, hlm. 13–22. <https://ejournal.unair.ac.id/JP/article/view/2173>

⁹ Jalaluddin, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik* (Malang: Universitas Malang Press, 2015), hlm. 56–60.

¹⁰ M. Hidayat, *Dakwah Digital dan Strategi Persuasif di Media Sosial* (Yogyakarta: UIN Press, 2021), hlm. 89–92.

Berdasarkan pemaparan teori sebelumnya, penelitian ini dibangun di atas kerangka berpikir bahwa retorika dalam dakwah Islam memainkan peran penting dalam membentuk respons emosional audiens. Unsur-unsur retorika seperti *ethos*, *pathos*, dan *logos* tidak hanya menyampaikan pesan secara logis, tetapi juga menyentuh sisi afektif pendengar.

Dalam konteks ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus, gaya bahasa yang lembut, intonasi yang menenangkan, serta narasi tentang keteladanan Nabi Muhammad SAW menjadi pemicu yang membangkitkan emosi religius seperti haru, ketenangan batin, dan cinta kepada Rasulullah. Dengan demikian, retorika Islami berfungsi sebagai stimulus emosional yang kemudian memunculkan respons dari jamaah secara afektif dan spiritual.

Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah melalui media digital, khususnya YouTube, tidak hanya menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara informatif, tetapi juga menjadi sarana penguatan spiritual dan penyembuhan emosional. Di sinilah retorika Islami berperan, bukan hanya sebagai teknik komunikasi, tetapi juga sebagai jembatan antara pesan dakwah dan kedalaman spiritual jamaah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan fenomena pengaruh retorika Islam terhadap emosi jamaah secara mendalam dan kontekstual. Pendekatan kualitatif dipilih karena fokus penelitian ini adalah memahami pengalaman emosional jamaah melalui interaksi dengan konten dakwah digital, bukan untuk mengukur variabel secara kuantitatif.

Objek penelitian adalah ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus yang berjudul “Jangan Sedih, Nabi Muhammad Menyayangimu” di YouTube.

Teknik pengumpulan data meliputi:

1. Observasi video: menganalisis bahasa, intonasi, pemilihan kata, serta ilustrasi statis dan teks yang muncul dalam video. Walaupun visual dalam video tidak bergerak, kombinasi teks dan ilustrasi statis tetap dapat menyampaikan pesan dakwah secara emosional.
2. Analisis isi komentar: menelaah reaksi emosional jamaah melalui kolom komentar untuk memahami dampak retorika dakwah terhadap perasaan pendengar.

Pendekatan penelitian ini memungkinkan peneliti untuk mengaitkan unsur retorika dakwah (*ethos*, *pathos*, *logos*) dengan respons emosional jamaah secara kontekstual. Dengan metode ini, temuan yang diperoleh tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga memberikan wawasan yang kaya mengenai praktik dakwah digital dan cara retorika Islam memengaruhi pengalaman emosional audiens.

Teknik analisis data dilakukan secara tematik, yaitu mengelompokkan data berdasarkan kategori retorika (*ethos*, *pathos*, *logos*) dan jenis respon emosional jamaah (haru, tenang, cinta, empati), sehingga pola hubungan antara retorika dakwah dan emosi jamaah dapat terlihat jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Retorika dakwah di era digital mengalami perubahan besar dalam cara pesan keagamaan diterima dan dipahami oleh masyarakat luas. Platform seperti YouTube membuka kesempatan bagi pendakwah untuk menjangkau jamaah tanpa dibatasi ruang dan waktu. Ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus yang berjudul “Jangan Sedih, Nabi Muhammad Menyayangimu” menjadi contoh menarik bagaimana retorika Islam dapat membentuk emosi dan spiritualitas audiens.

Walaupun video tersebut menggunakan ilustrasi statis dan teks sederhana, penyampaian suara yang lembut dan penuh empati berhasil menciptakan kedekatan emosional yang kuat antara pendakwah dan pendengar. Pengulangan kalimat “jangan sedih,” bahasa yang menenangkan, serta kisah keteladanan Nabi Muhammad SAW menjadi elemen utama dalam membangkitkan pengaruh spiritual pada jamaah. Hal ini membuktikan bahwa kekuatan dakwah tidak semata pada visual yang dinamis, melainkan pada tutur kata dan kedalaman pesan.

Dalam kerangka teori Aristoteles, retorika Ustadzah Halimah mengandung tiga pilar utama: *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiganya berperan penting dalam membangun pesan dakwah yang menyentuh aspek kognitif, afektif, dan spiritual jamaah.¹¹ *Ethos* tampak dari kredibilitas dan kepribadian Ustadzah Halimah yang muncul dalam ceramahnya. Beberapa komentar jamaah

¹¹ Aristotle, *Rhetoric*, diterjemahkan oleh W. Rhys Roberts, 1924.

memperkuat hal ini, seperti akun @sitizakiyahghilman833 yang menulis, “Sehat selalu Ustadzah, dengerin tausiyah Beliau hati sejuk,” dan @komaria7962 yang menyatakan, “Alhamdulillah, saya mengikuti Ustadzah Halimah, bahasanya jelas dan mudah dimengerti.” Komentar-komentar ini menunjukkan bahwa jamaah menilai cara berbicara dan sikap Ustadzah Halimah sebagai cerminan keikhlasan dan ilmu yang tulus. Dalam konteks ini, ethos tidak hanya terbentuk dari pengetahuan agama, tetapi juga lewat ketenangan suara yang menumbuhkan rasa hormat dan kepercayaan.¹²

Dominasi pathos sangat terlihat dari kalimat “Sedihmu akan hilang karena Nabi menyayangimu” yang mampu menimbulkan perasaan haru, tenang, dan cinta kepada Rasulullah. Contoh komentar yang menunjukkan respons emosional ini antara lain akun @ainunnissa8914 yang menulis, “Andai ibu saya seperti ustadzah, mungkin hati saya tidak sekecil ini :’),” dan @witahenitasari7185 yang mengungkapkan, “Pertama kali mendengar ceramah ustadzah langsung suka dan senang, terima kasih ustadzah.” Reaksi ini mencerminkan emosi religius yang hangat dan keterhubungan dengan nilai keagamaan.¹³ Ceramah tersebut menjadi ruang emotional healing, di mana pendengar merasa diterima dan dikuatkan secara batin.

Sementara itu, logos hadir melalui penjelasan dalil dan kisah Nabi yang relevan. Komentar akun @taufanadilrawan mengilustrasikan hal ini: “Bukannya meminta segala sesuatu hanya kepada Allah SWT? Tolong dijelaskan ustadzah, saya juga sedang belajar mendalami ilmu agama.” Hal ini menandakan bahwa jamaah tidak hanya tersentuh secara emosional, tetapi juga terdorong untuk berpikir kritis dan memperdalam ajaran tauhid. Pendekatan ini membuat dakwah menjadi seimbang antara sentuhan emosional dan argumen rasional sesuai prinsip Islam.¹⁴ Analisis ini menguatkan kerangka berpikir bahwa retorika Islam dalam dakwah digital mampu menjadi stimulus emosional yang menumbuhkan respons spiritual jamaah. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Ar-Ra’d ayat 28 yang berbunyi:

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ

“Yaitu orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tentram dengan mengingat Allah. Ingatlah bahwa hanya dengan mengingat Allah hati akan selalu tentram” (QS. Ar-Ra’d: 28)

Ayat ini menguatkan bahwa kedamaian batin dan kekuatan spiritual muncul dari penghayatan nilai-nilai keagamaan yang disampaikan secara efektif dalam dakwah. Ayat ini menegaskan bahwa hati menjadi tentram dengan mengingat Allah, yang menunjukkan bahwa ketenangan batin dan kedamaian jiwa hanya dapat diperoleh melalui dzikir dan kedekatan spiritual dengan Allah. Hal ini sangat relevan dengan pengaruh retorika Islami yang diterapkan oleh Ustadzah Halimah, di mana penggunaan ethos, pathos, dan logos dalam ceramahnya mampu menggugah perasaan dan memperkuat ikatan spiritual jamaah. Melalui pengingat akan kasih sayang Nabi Muhammad SAW dan ajakan untuk mengingat Allah, ceramah tersebut tidak hanya membangun kepercayaan dan logika, tetapi juga menumbuhkan ketenangan emosional. Dengan demikian, ayat ini memperkuat argumen bahwa retorika dakwah yang harmonis antara aspek kognitif, afektif, dan spiritual mampu menjadi media penguatan batin sekaligus penyembuhan emosional, terutama di era dakwah digital yang memanfaatkan teknologi untuk menjangkau hati jamaah. Dalam firman Allah yang lain, QS. At-Taubah ayat 128 menggambarkan kasih sayang Rasulullah terhadap umatnya:

لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُم بِالْمُؤْمِنِينَ رَءُوفٌ رَّحِيمٌ

“Sungguh telah datang kepadamu seorang Rasul dari kaummu sendiri, berat terasa olehnya penderitaanmu, sangat menginginkan (keimanan dan keselamatan) bagimu, penyantun dan penyayang terhadap orang-orang yang beriman.”

QS. At-Taubah ayat 128 menggambarkan dengan jelas sisi kemanusiaan dan kasih sayang Rasulullah SAW terhadap umatnya. Rasulullah bukan hanya sebagai pembawa risalah, tetapi juga sosok yang merasakan beban penderitaan umatnya dan sangat menginginkan keselamatan serta kebaikan bagi mereka. Dalam ceramah Ustadzah Halimah, pesan kasih sayang inilah yang disampaikan secara emosional dan menjadi inti yang membuat jamaah merasa dekat secara batin dengan Rasulullah. Retorika pathos dalam ceramah yang menonjolkan rasa sayang Nabi kepada umatnya sejalan dengan

¹² Jalaluddin, *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik* (Malang: Universitas Malang Press, 2015), 56–60.

¹³ James R. Lewis, *The Psychology of Religious Emotion* (London: Routledge, 2018), 110–112.

¹⁴ Alwi, *Retorika Dakwah dalam Konteks Modern* (Jakarta: Pustaka Dakwah, 2020), 45.

ayat ini, sehingga membangkitkan perasaan hangat dan kedekatan spiritual di antara pendengar.¹⁵ Pesan kasih sayang ini menjadi inti yang diperkuat oleh retorika emosional dalam ceramah tersebut, sehingga jamaah merasakan kedekatan dengan Rasulullah secara batin.

Dari komentar yang dianalisis, terlihat bahwa jamaah aktif membangun suasana spiritual melalui interaksi digital, bukan sekadar pendengar pasif. Fenomena ini mendukung pandangan Vinata dan Saputra bahwa retorika digital memerlukan integrasi antara pesan, kecepatan, dan kedalaman makna agar mampu menjangkau hati audiens di ruang daring yang serba cepat.¹⁶ Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital merupakan media efektif untuk membangun religious engagement—keterlibatan emosional dan spiritual jamaah—tanpa perlu interaksi tatap muka langsung. Namun, keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus analisis pada satu video dan sejumlah kecil komentar, sehingga perlu penelitian lanjutan untuk menggali lebih luas pola respons dan konten dakwah di berbagai platform digital.

Secara keseluruhan, retorika Islam dalam dakwah digital bukan hanya seni berbicara, melainkan sarana spiritual yang mampu menjembatani hati pendakwah dan jamaah. Ustadzah Halimah Alaydrus menghadirkan gaya dakwah yang lembut, logis, dan emosional, mencerminkan harmoni antara ethos, pathos, dan logos dalam praktik komunikasi religius modern.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap bahwa retorika Islami yang diterapkan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dalam ceramah “Jangan Sedih, Nabi Muhammad Menyayangimu” memiliki pengaruh yang signifikan terhadap emosi jamaah. Melalui penggunaan tiga pilar retorika Aristoteles—ethos, pathos, dan logos—Ustadzah Halimah mampu membangun kredibilitas, menggugah perasaan, dan menyampaikan argumen yang logis sehingga pesan dakwah dapat diterima secara emosional dan intelektual oleh jamaah.

Ethos tercermin dari kepribadian dan keilmuan yang tulus serta sikap lembut Ustadzah Halimah, yang menciptakan rasa kepercayaan dan hormat. Pathos dominan dalam gaya bahasa yang menenangkan, kisah keteladanan Nabi Muhammad SAW, dan pesan-pesan yang menguatkan, yang menumbuhkan emosi positif seperti haru, ketenangan, dan cinta kepada Rasulullah. Sedangkan logos muncul melalui penyampaian dalil dan narasi yang runtut, mendorong jamaah untuk berpikir kritis dan mendalami ajaran agama.

Pengaruh retorika ini terbukti dari respons emosional jamaah yang terlihat di kolom komentar YouTube, di mana banyak yang merasakan kedekatan spiritual dan penguatan batin setelah menyimak ceramah tersebut. Dengan demikian, retorika Islami tidak hanya berfungsi sebagai teknik komunikasi persuasif, tetapi juga sebagai media penguatan spiritual dan penyembuhan emosional dalam konteks dakwah digital.

Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya retorika yang harmonis antara aspek kognitif, afektif, dan spiritual dalam menyampaikan dakwah secara efektif di era digital. Selain itu, dakwah digital terbukti mampu menjembatani keterbatasan interaksi tatap muka dan menciptakan engagement emosional yang bermakna antara pendakwah dan jamaah.

REFERENSI

- Alwi. (2020). *Retorika dakwah dalam konteks modern*. Jakarta: Pustaka Dakwah.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2014). *Al-Qur'an dan terjemahannya*.
- Hidayat, M. (2021). *Dakwah digital dan strategi persuasif di media sosial*. Yogyakarta: UIN Press.
- Jalaluddin. (2015). *Komunikasi dakwah: Teori dan praktik*. Malang: Universitas Malang Press.
- Lewis, J. R. (2018). *The psychology of religious emotion*. London: Routledge.
- Vinata, R. A., & Saputra, W. (2022). *Retorika: Teori dan teknik praktis seni berbicara di era digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Suryana. (2019). *Analisis ceramah televisi: Strategi komunikasi dan keterlibatan emosional*. Bandung: Media Komunikasi.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 2014.

¹⁶ Relly Anjar Vinata dan Wisnu Saputra, *Retorika: Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2022), 98–101.

- Aristotle. (1954). *Rhetoric* (W. Rhys Roberts, Trans.). New York: Modern Library. (Original work published 1924)
- Bellah, R. N. (2025). Peran faktor emosional dan kognitif dalam pembentukan kepribadian religius. *Jurnal Insania*.
- Cahyono, R. (2011). Dinamika emosi dan pengalaman spiritual beragama. *Jurnal Psikologi UNAIR*, 4(1), 13–22. <https://e-journal.unair.ac.id/JP/article/view/2173>
- Ulum, A. S., & Astuti, K. (2019). Religiusitas dan kecerdasan emosi dalam perilaku santri. *Jurnal Pakar*, 7(2).