EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
Vol. 6, No. 3, Juni-Agustus 2026
e-ISSN : 2775-2593 | p-ISSN : 2775-2585
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/educational

STRATEGI KOMUNIKASI EMOTIF DALAM TUTURAN DAKWAH USTAZ HILMAN AL FAUZI: KAJIAN SOSIOPRAGMATIK

Lisna[1], Hari Windu Asrini[2]
[1,2]Universitas Muhammadiyah Malang
Email : lisnalaharu@gmail.com, hariwindu@umm.ac.id

Diterima: *25/7/2026*; Direvisi: *10/8/2026*; Diterbitkan: *15/8/2026*

ABSTRAK

Transformasi media digital mendorong pendakwah mengemas ceramah keagamaan secara emotif untuk membangun kedekatan hubungan sosial dan emosional dengan audiens. Penelitian kualitatif deskriptif berpendekatan sosiopragmatik ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi emotif Ustaz Hilman Al Fauzi pada kanal YouTube *Taubat Nasuha* serta pengaruh konteks tuturan terhadap penggunaannya. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik simak bebas libat cakap, transkripsi verbatim, dan pencatatan, yang dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña dengan landasan retorika Aristoteles, tindak tutur Searle, serta komponen tutur Hymes. Hasil penelitian menemukan enam strategi komunikasi emotif utama, meliputi membangun harapan, menumbuhkan ketenangan, memberikan motivasi spiritual, memperkuat keyakinan religius, menggunakan analogi kehidupan, serta menyertakan legitimasi dalil Al-Qur'an dan hadis. Strategi tersebut terintegrasi ke dalam dimensi penguatan psikologis dan religius melalui perpaduan *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Simpulan utama menegaskan bahwa efektivitas dakwah digital sangat ditentukan oleh kejelian pendakwah dalam menyelaraskan pilihan strategi bahasa emotif dengan konteks sosial dan kondisi emosional jamaah.
Kata Kunci: *Dakwah Digital*, *Sosiopragmatik*, *Strategi Komunikatif*.

ABSTRACT

The digital media transformation encourages preachers to package religious lectures emotively to build social and emotional closeness with the audience. This descriptive qualitative study using a sociopragmatic approach aimed to describe Ustaz Hilman Al Fauzi's emotive communication strategies on the Taubat Nasuha YouTube channel and explain how speech contexts influence their usage. Data were gathered through non-participatory observation, verbatim transcription, and note-taking, then analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña interactive model grounded in Aristotelian rhetoric, Searle's speech acts, and Hymes' SPEAKING model. Results identified six primary emotive communication strategies: instilling hope, fostering reassurance, providing spiritual motivation, strengthening religious conviction, employing life analogies, and incorporating textual legitimacy from the Qur'an and Hadith. These strategies integrate psychological and religious reinforcement through a synthesis of ethos, pathos, and logos. The main conclusion confirms that digital preaching effectiveness depends heavily on the preacher's skill in aligning emotive language choices with the audience's social context and emotional state.
Keywords: *Digital Da'wah*, *Emotive Communication Strategy*, *Sociopragmatics*.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola komunikasi keagamaan di masyarakat. Aktivitas dakwah yang semula berlangsung tatap muka kini meluas ke platform seperti

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518

EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
Vol. 6, No. 3, Juni-Agustus 2026
e-ISSN : 2775-2593 | p-ISSN : 2775-2585
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/educational

YouTube, yang memungkinkan pendakwah mengintegrasikan unsur verbal, visual, dan audiovisual sekaligus membangun interaksi dua arah dengan audiens (Bunt, 2018). Dalam konteks ini, keberhasilan dakwah digital tidak lagi ditentukan semata oleh kedalaman substansi materi, tetapi juga oleh kemampuan pendakwah mengemas pesan secara komunikatif dan menjangkau dimensi emosional audiens, sejalan dengan prinsip retorika Aristoteles tentang *ethos*, *logos*, dan *pathos* (Khairunnisa, 2022).

Penelitian mengenai dakwah digital dalam satu dekade terakhir berkembang pesat, namun sebagian besar masih berorientasi pada isi pesan, teknik retorika, *storytelling*, atau pemanfaatan media sebagai sarana komunikasi misalnya kajian analisis isi dan semiotika atas konten dakwah, serta kajian pragmatik dan kesantunan berbahasa dalam ceramah keagamaan (Aditya & Deni, 2024). Kajian yang secara khusus menelaah strategi komunikasi emotif melalui pilihan bahasa dalam konteks sosial masih terbatas, dan penelitian yang menghubungkan strategi tersebut dengan pendekatan sosiopragmatik belum banyak dilakukan. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang bagaimana bahasa dakwah digital membangun kedekatan emosional dengan audiens bukan sekadar menyampaikan informasi masih memerlukan penjelasan yang lebih komprehensif. Untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan sosiopragmatik (Leech, 2016) yang memandang makna tuturan sebagai hasil interaksi antara bentuk bahasa dan konteks sosial, termasuk komponen peristiwa tutur menurut Hymes (2010). Pendekatan ini memungkinkan analisis tidak hanya menjelaskan apa yang dituturkan pendakwah, tetapi juga mengapa strategi bahasa tertentu dipilih untuk membangun keterlibatan emosional audiens.

Objek penelitian ini adalah tuturan dakwah Ustaz Hilman Al Fauzi di kanal YouTube, yang dipilih karena gaya penyampaiannya yang komunikatif, reflektif, dan dekat dengan persoalan kehidupan sehari-hari jamaah. Observasi awal menunjukkan kecenderungan penggunaan pertanyaan reflektif, analogi kehidupan, kisah inspiratif, ungkapan empatik, serta penguatan dengan ayat Al-Qur'an dan hadis sebagai strategi membangun harapan, ketenangan, dan keyakinan religius audiens. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi perspektif sosiopragmatik dengan analisis strategi komunikasi emotif dalam tuturan dakwah digital sebuah kombinasi yang belum banyak dieksplorasi penelitian terdahulu, yang cenderung memisahkan analisis isi pesan, retorika, atau tindak tutur dari konteks sosial yang melatarbelakanginya. Penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan bentuk bahasa yang digunakan, tetapi juga menjelaskan alasan pemilihan strategi tersebut berdasarkan konteks sosial, karakteristik audiens, dan tujuan komunikasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan strategi komunikasi emotif yang digunakan Ustaz Hilman Al Fauzi dalam tuturan dakwah di YouTube serta menjelaskan bagaimana konteks sosiopragmatik memengaruhi penggunaan strategi tersebut. Penelitian ini diharapkan memperkaya kajian sosiopragmatik dalam komunikasi dakwah digital sekaligus memberikan kontribusi praktis bagi pendakwah, pendidik, dan praktisi komunikasi dalam merancang pesan yang lebih persuasif dan mampu membangun keterlibatan emosional audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi emotif dalam tuturan dakwah Ustaz Hilman Al Fauzi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menafsirkan makna bahasa berdasarkan konteks sosial dan komunikasi yang melatarbelakanginya (Creswell & Poth, 2018).

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518

EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
Vol. 6, No. 3, Juni-Agustus 2026
e-ISSN : 2775-2593 | p-ISSN : 2775-2585
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/educational

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi komunikasi emotif dalam tuturan dakwah Ustaz Hilman Al Fauzi di platform digital secara komprehensif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna tuturan yang terikat erat oleh situasi tutur dan konteks sosiopragmatik jamaah (Creswell & Poth, 2018). Data penelitian berupa tuturan verbal yang ditranskripsikan dari tayangan video ceramah pada kanal YouTube *Taubat Nasuha* secara *purposive* berdasarkan tema-tema problematika kehidupan. Teknik pengumpulan data dilaksanakan menggunakan teknik simak bebas libat cakap (SBLC) dan dokumentasi guna menjamin keaslian serta keutuhan konteks tuturan (Mahsun, 2017). Melalui pendekatan ini, konteks sosial antara penceramah dan audiens digital dapat diurai secara empiris dan sistematis.

Analisis data menerapkan model interaktif yang mencakup tahap kondensasi data, penyajian data, serta penarikan simpulan dan verifikasi secara mendalam (Miles et al., 2014). Peneliti mengidentifikasi tindak tutur berorientasi emosional berdasarkan klasifikasi ilokusi Searle (2012) dan membedahnya menggunakan kerangka komponen tutur *SPEAKING* (Hymes, 2010). Keabsahan data diuji melalui teknik ketekunan pengamatan serta triangulasi teori yang mengawinkan perspektif sosiopragmatik dengan teori retorika Aristoteles mengenai *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Lincoln & Guba, 2016). Integrasi metodologis ini memastikan bahwa penafsiran fungsi bahasa tidak terlepas dari dinamika sosial audiens digital. Tahapan sistematis tersebut menghasilkan keabsahan temuan yang konsisten, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pengamatan kualitatif terhadap tuturan dakwah Ustaz Hilman Al Fauzi pada kanal YouTube *Taubat Nasuha* mengidentifikasi empat strategi utama komunikasi emotif yang terstruktur secara sosiopragmatis. Keempat strategi tersebut meliputi: (1) strategi membangun harapan, (2) strategi memberikan motivasi spiritual, (3) strategi menumbuhkan ketenangan, dan (4) strategi memperkuat keyakinan religius.

Tabel 1 menyajikan rekapitulasi temuan strategi komunikasi emotif beserta tuturan kuncinya.

Tabel 1. Strategi Komunikasi Emotif Ustaz Hilman Al Fauzi

No.	Strategi Komunikasi Emotif	Contoh Tuturan Kunci	Jenis Tindak Tutur (Searle, 2012)
1	Membangun Harapan (*Instilling Hope*)	*"Ketika Allah tidak menakdirkan sesuatu yang kau minta bukan Allah membencimu, Allah menyelamatkanmu..."*	Representatif / Asertif
2	Memberikan Motivasi Spiritual	*"Orang Islam harus kaya agar bisa memberi, bisa berinfak, bisa berbagi kepada orang lain..."*	Direktif & Representatif
3	Menumbuhkan Ketenangan	*"Hidup ini mudah, yang sulit itu pikiran kita. Hidup ini lapang, yang sempit hati kita..."*	Representatif / Expressif
4	Memperkuat Keyakinan Religius	*"Kalau Allah lagi sayang sama kita, Allah menguji kita. Kalau Allah rindu kita, maka Allah kasih musibah..."*	Representatif

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518

EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
Vol. 6, No. 3, Juni-Agustus 2026
e-ISSN : 2775-2593 | p-ISSN : 2775-2585
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/educational

1. Strategi Membangun Harapan

Strategi ini merupakan pola yang paling dominan ditemukan. Penceramah merekonstruksi makna penderitaan, musibah, dan kegagalan sebagai bentuk perlindungan serta kasih sayang Tuhan.

(1) *"Ketika Allah tidak menakdirkan sesuatu yang kau minta bukan Allah membencimu, Allah menyelamatkanmu agar kamu tidak mendapatkan sesuatu yang tidak baik untuk dirimu."*

(2) *"Seberat apa pun ujian yang kita dapat hari ini jangan terlalu dalam merasakan sakit dengan ujian itu. Dunia ini bukan tempat tinggal kita, dunia ini tempat meninggal kita."*

(3) *"Hidup tak akan sedih terus. Malam itu gelap, tetapi setelah malam Allah datangkan bulan dan bintang.... Apa sikapnya? Ridha dan menerima, jangan pernah membenci keadaan."*

2. Strategi Memberikan Motivasi Spiritual

Strategi ini berfokus pada pembentukan etos kerja dan ibadah jamaah agar menjadikan nilai-nilai Islam sebagai panduan solutif dalam kehidupan modern.

(4) *"Orang Islam harus kaya agar bisa memberi, bisa berinfak, bisa berbagi kepada orang lain. Ustaz, apakah Nabi kaya? Iya, Nabi kaya, tetapi gaya hidup Nabi sederhana. Beda dengan kita, tidak kaya-kaya amat, tetapi gaya hidup justru membuat hidup kita menjadi sulit."*

3. Strategi Menumbuhkan Ketenangan

Strategi ini ditujukan untuk mereduksi beban mental psikologis audiens dengan mengubah perspektif atas kerumitan hidup melalui pola antitesis dan ungkapan metaforis.

(5) *"Hidup ini mudah, yang sulit itu pikiran kita. Hidup ini lapang, yang sempit hati kita. Hidup ini murah, yang mahal gaya hidup kita."*

(6) *"Jangan terlalu mencintai sesuatu berlebihan. Jangan terlalu berharap kepada manusia. Berharap kepada manusia itu patah hati yang disengaja."*

(7) *"Berserah itu maksimalkan usahanya, tetapkan tujuannya, langitkan doanya, hasilnya diserahkan kepada Allah."*

4. Strategi Memperkuat Keyakinan Religius

Strategi ini menggunakan legitimasi keteladanan Rasulullah saw. dan reinterpretasi musibah untuk mengokohkan ketahanan keimanan audiens.

(8) *"Kalau Allah lagi sayang sama kita, Allah menguji kita. Kalau Allah rindu kita, maka Allah kasih musibah karena ketika ada masalah kita lebih dekat sama Allah."*

Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan strategi komunikasi emotif oleh Ustaz Hilman Al Fauzi membentuk pola tuturan yang adaptif terhadap konteks masyarakat digital. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan agama di platform digital memerlukan kemasan linguistik yang mampu menyentuh aspek emosional (*pathos*) tanpa mengabaikan aspek kedalaman ajaran (*logos*) dan kredibilitas penceramah (*ethos*). Temuan ini sejalan dengan penelitian Khairunnisa (2022) yang menyatakan bahwa perpaduan unsur retorika Aristoteles secara seimbang dalam ceramah digital terbukti efektif meningkatkan daya persuasif dan daya terima audiens. Penggunaan bahasa yang responsif terhadap situasi psikologis pendengar menjadikan wacana keagamaan terasa lebih humanis dan kontekstual. Integrasi pendekatan ini juga memungkinkan pendakwah untuk menyeimbangkan otoritas keilmuan dengan pendekatan yang lebih inklusif, sebagaimana yang juga diamati pada pola komunikasi digital tokoh agama lain dalam menyebarkan nilai moderasi (Handayani & Alfida, 2025; Mubarok & Sunarto, 2024; Taufiq et al., 2025).

Pada strategi membangun harapan dan menumbuhkan ketenangan, penceramah memanfaatkan tindak tutur asertif dan eksplisit untuk mereduksi kecemasan sosial jamaah. Hal ini mengindikasikan bahwa fungsi tuturan dakwah pada era modern telah bergeser dari sekadar

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518

EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
Vol. 6, No. 3, Juni-Agustus 2026
e-ISSN : 2775-2593 | p-ISSN : 2775-2585
Online Journal System : https://jurnalp4i.com/index.php/educational

transmisi doktrin menjadi sarana *psychological buffering* atau pemulihan emosional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Leech (2016) serta Hymes (2010) yang menegaskan bahwa strategi bahasa yang dipilih oleh seorang penutur sangat ditentukan oleh fungsi sosial tuturan (*function*) dan kebutuhan psikologis mitra tutur (*participants*) dalam suatu peristiwa tutur. Penggunaan analogi sederhana seperti siklus malam dan bulan-bintang terbukti mempermudah audiens mencerna konsep teologi yang abstrak (Bali et al., 2025; Nisfalaila et al., 2022; Yohanes et al., 2025).

Pada strategi memberikan motivasi spiritual dan memperkuat keyakinan religius, penceramah mengintegrasikan tindak tutur direktif terselubung dengan teknik rekonstruksi makna (*reframing*). Hal ini mengindikasikan bahwa dorongan moral yang disampaikan melalui pendekatan persuasif-empatik jauh lebih mudah diterima audiens daripada bentuk perintah atau larangan yang kaku. Temuan ini sejalan dengan penelitian Bunt (2018) yang menyatakan bahwa audiens di ruang siber (*cyber-Islamic environments*) lebih menyukai gaya penyampaian pendakwah yang egaliter, karismatik, dan relevan dengan problematika ekonomi serta gaya hidup perkotaan. Penceramah secara cerdas menggunakan humor dan kritik sosial mengenai gaya hidup konsumtif untuk membangun kesadaran spiritual jamaah (Anisa & Farisi, 2023; Faiz, 2023; Hariyanto, 2022).

Secara sosiopragmatik, keberhasilan penggunaan strategi komunikasi emotif ini dipengaruhi oleh kepiawaian Ustaz Hilman Al Fauzi dalam memanfaatkan komponen peristiwa tutur (*SPEAKING*). Penggunaan ragam bahasa santai, intonasi yang hangat, dan sapaan yang merangkul menciptakan jarak sosial yang dekat (*close social distance*) antara penceramah dan jamaah digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Aditya dan Deni (2024) yang mengemukakan bahwa keberhasilan wacana dakwah di media sosial seperti YouTube sangat bergantung pada kemampuan penceramah dalam mengelola konteks sosiopragmatik dan menghapus sekat formalitas komunikasi keagamaan konvensional. Transformasi gaya komunikasi ini secara konsisten mendorong pergeseran paradigma dakwah yang awalnya bersifat konfrontatif menjadi lebih komunikatif dan ramah terhadap dialog interaktif (Chillyness & Zuhriyah, 2025).

Secara keseluruhan, temuan ini menghasilkan sebuah model konseptual komunikasi emotif dakwah digital yang memadukan penguatan psikologis dan penguatan religius. Hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas dakwah digital bergantung pada keseimbangan antara empati bahasa, keandalan argumen teologis, dan kepekaan terhadap kondisi sosial-budaya audiens. Temuan ini sejalan dengan pandangan Aristotle (trans. 2019) bahwa pembentukan sikap dan perubahan perilaku mitra tutur hanya dapat dicapai secara optimal apabila kognisi dan emosi diintervensi secara bersamaan melalui strategi bahasa yang tepat.

KESIMPULAN

Penggunaan strategi komunikasi emotif oleh Ustaz Hilman Al Fauzi pada platform digital terbukti efektif membangun keterlibatan emosional dan kedekatan sosial dengan audiens. Pendekatan sosiopragmatik mengonfirmasi bahwa tuturan dakwah berhasil mentransformasi penyampaian pesan keagamaan menjadi sarana pemulihan psikologis dan penguatan spiritual yang kontekstual. Integrasi strategi membangun harapan, menumbuhkan ketenangan, memberikan motivasi spiritual, serta memperkuat keyakinan religius terbukti ampuh mereduksi kecemasan sosial jamaah. Efektivitas komunikasi digital ini ditunjukkan oleh kejelian penceramah dalam menyelaraskan ragam bahasa santai dengan komponen peristiwa tutur. Dengan menggabungkan dimensi retorika klasik, wacana keagamaan digital teruji mampu mengikis sekat formalitas konvensional. Penyelarasan Pilihan kata yang empatik dan adaptif

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518

terhadap kondisi sosial audiens terbukti sukses mewujudkan model komunikasi dakwah yang humanis, persuasif, serta inklusif di ruang siber.

Implikasi riset ini menegaskan bahwa penguasaan strategi bahasa emotif berbasis konteks sosiopragmatik merupakan elemen krusial bagi suksesnya komunikasi keagamaan modern. Oleh karena itu, para pendakwah dan praktisi komunikasi disarankan untuk menerapkan penyampaian pesan yang adaptif terhadap dinamika psikologis audiens digital. Untuk penelitian di masa depan, para peneliti direkomendasikan untuk memperluas cakupan analisis pada berbagai platform media sosial lain seperti TikTok atau Instagram. Riset selanjutnya juga perlu mengeksplorasi respons audiens secara kuantitatif melalui analisis sentimen atau *engagement rate* guna mengukur dampak psikologis tuturan emotif secara lebih terukur. Selain itu, kajian komparatif antartokoh agama dengan latar belakang budaya yang berbeda disarankan untuk memperkaya pemodelan sosiopragmatik dalam wacana dakwah digital secara holistik.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, I., & Deni, I. F. (2024). Analisis semiotika Roland Barthes pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar dalam Youtube Has Creative. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 10(3), 549–558. https://doi.org/10.32884/ideas.v10i3.1844

Anisa, A., & Farisi, M. Z. A. (2023). Teori relevansi dalam dakwah humor Sheikh 'Assim sebagai alternatif dakwah kontemporer: Kritik terhadap prinsip kerjasama. *Jurnal Onoma: Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 9(2), 919–930. https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2686

Aristotle. (2019). *Aristotle's art of rhetoric* (R. C. Bartlett, Penerj.). University of Chicago Press. (Karya asli diterbitkan ca. 350 SM)

Bali, P. N., Sucipta, I. M. D., Handayani, L. N. C., Darlina, L., Aryana, I. N. R., & Mandia, I. N. (2025). Penggunaan analogi bahasa oleh penutur: Membangun komunikasi efektif dalam rapat Unit Bahasa PNB. *Prosiding Seminar Nasional Riset Bahasa dan Pengajaran Bahasa*, 7(1), 76–82. https://doi.org/10.31940/senarilip.v7i1.76-82

Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. The University of North Carolina Press. https://doi.org/10.5149/northcarolina/9781469640501.001.0001

Chillyness, A. B., & Zuhriyah, L. F. (2025). Virtual da'wah through Youtube channel (communication strategy of Koh Dennis Lim's content in building public trust). *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 8(1), 1–1. https://doi.org/10.22373/jp.v8i1.30149

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (edisi ke-4). SAGE Publications.

Faiz, A. A. (2023). The appropriation of Islamic literacy by middle-class Muslims in Jogokariyan and Sudirman Mosques, Yogyakarta. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 7(1), 37–50. https://doi.org/10.21580/jsw.2023.7.1.12455

Handayani, R. S., & Alfida, A. (2025). Religious moderation discourses on digital platforms. *Insaniyat: Journal of Islam and Humanities*, 9(2), 165–177. https://doi.org/10.15408/gmqz2712

Hariyanto, B. (2022). Analisis wacana humor dalam ceramah Gus Baha'. *Dialektika: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 9(1), 16–36. https://doi.org/10.15408/dialektika.v8i1.25117

Hymes, D. (2010). *Foundations in sociolinguistics: An ethnographic approach*. Routledge.

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518

Khairunnisa, K. (2022). *Retorika dakwah Habib Husein Jafar dalam akun YouTube Jeda Nulis dengan pendekatan Aristoteles (ethos, pathos, logos)* [Skripsi sarjana, IAIN Syekh Nurjati Cirebon]. Repositori IAIN Syekh Nurjati Cirebon. https://repository.syekhnurjati.ac.id/8422/

Leech, G. N. (2016). *Principles of pragmatics*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315835976

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2016). *The constructivist credo*. Left Coast Press.

Mahsun, M. (2017). *Metode penelitian bahasa: Tahapan, strategi, metode, dan tekniknya* (edisi ke-3). Rajawali Pers.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (edisi ke-3). SAGE Publications.

Mubarok, A. R., & Sunarto, S. (2024). Moderasi beragama di era digital: Tantangan dan peluang. *Journal of Islamic Communication Studies*, 2(1), 1–11. https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.1.1-11

Nisfalaila, A., Hamidah, I., & Firmansyah, D. B. (2022). The use of dysphemism in the Japanese film: Kizudarake no Akuma. *Japanese Research on Linguistics, Literature and Culture*, 5(1), 47–58. https://doi.org/10.33633/jr.v5i1.6970

Searle, J. R. (2012). *Speech acts: An essay in the philosophy of language*. Cambridge University Press.

Taufiq, T. T., Faiq, M., & Subowo, M. H. (2025). Transformasi dakwah Islam moderat di era digital: Peran muballigh NU dan Muhammadiyah dalam menangkal radikalisme agama. *Jurnal SUARGA: Studi Keberagamaan dan Keberagaman*, 4(2), 118–144. https://doi.org/10.24090/suarga.v4i2.14954

Yohanes, B., Suhartono, S., & Mubarich, A. S. (2025). Analogi dalam wacana fatwa K.H. Abdul Latif Madjid kajian stilistika pragmatik. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(4), 3609–3620. https://doi.org/10.54371/jiip.v8i4.7566

Copyright (c) 2026 EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran
https://doi.org/10.51878/educational.v6i3.14518