

RETORIKA DIGITAL FERRY IRWANDI DALAM MENGOMUNIKASIKAN STOIKISME DI YOUTUBE

Ahmad Gunawan Imani¹, Anwari²

^{1, 2}Universitas Hasyim Asy'ari, Jl. Irian Jaya No.55, Jombang, Jawa Timur, Indonesia
Email: ahmadimani@mhs.unhasy.ac.id

Article History

Received: 09-06-2026

Revision: 25-06-2026

Accepted: 28-06-2026

Published: 30-06-2026

Abstract. The delivery of philosophical ideas in digital media requires a communication strategy capable of simplifying complex concepts without reducing the depth of their meaning. The success of communication depends not only on the quality of the message, but also on the communicator's ability to build credibility, evoke emotions, and construct logical arguments. This study aims to analyze the rhetorical construction of ethos, pathos, and logos in Ferry Irwandi's YouTube video entitled Understanding Stoic Philosophy, and interpret audience responses to the message delivery. The study used a descriptive qualitative approach with an Aristotelian rhetorical analysis. Data sources included videos on Ferry Irwandi's YouTube channel and relevant audience comments. Data were collected through observation, documentation, and recording of verbal and audiovisual elements, then analyzed thematically based on the dimensions of ethos, pathos, and logos. The results show that Ferry Irwandi builds ethos through intellectual credibility, pathos through storytelling and analogies close to the audience's experiences, and logos through a systematic presentation of Stoicism concepts. Audience responses indicate that the message is understood as both philosophical knowledge and reflective guidance. This study concludes that the effectiveness of Ferry Irwandi's digital communication is formed through a combination of ethos, pathos, and logos strategies, so that complex philosophical concepts become easier to understand, persuasive, and meaningful for YouTube audiences.

Keywords: Digital Rhetoric, Youtube, Stoicism, Ethos, Audience Reception

Abstrak. Penyampaian gagasan filsafat di media digital menuntut strategi komunikasi yang mampu menyederhanakan konsep yang kompleks tanpa mengurangi kedalaman maknanya. Keberhasilan komunikasi tidak hanya bergantung pada kualitas pesan, tetapi juga pada kemampuan komunikator membangun kredibilitas, membangkitkan emosi, dan menyusun argumentasi yang logis. Penelitian ini bertujuan menganalisis konstruksi retorika ethos, pathos, dan logos dalam video YouTube Ferry Irwandi berjudul *Memahami Filsafat Stoikisme*, serta menafsirkan respons audiens terhadap penyampaian pesan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis retorika Aristoteles. Sumber data meliputi video pada kanal YouTube Ferry Irwandi dan komentar audiens yang relevan. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan pencatatan unsur verbal serta audiovisual, kemudian dianalisis secara tematik berdasarkan dimensi ethos, pathos, dan logos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ferry Irwandi membangun ethos melalui kredibilitas intelektual, pathos melalui storytelling dan analogi yang dekat dengan pengalaman audiens, serta logos melalui penyajian konsep Stoikisme yang sistematis. Respons audiens menunjukkan bahwa pesan dipahami sebagai pengetahuan filosofis sekaligus panduan reflektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas komunikasi digital Ferry Irwandi terbentuk melalui perpaduan strategi ethos, pathos, dan logos, sehingga konsep filsafat yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami, persuasif, dan bermakna bagi audiens YouTube.

Kata Kunci: retorika digital, YouTube, Stoikisme, ethos, penerimaan audiens.

How to Cite: Imani, A. G & Anwari. (2026). Retorika Digital Ferry Irwandi dalam Mengomunikasikan Stoikisme di Youtube. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 3614-3623.
<http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.6431>

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah mengubah cara masyarakat memproduksi, menyebarkan, dan menerima pengetahuan. YouTube tidak lagi hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga menjadi medium edukatif tempat gagasan sosial, keagamaan, filsafat, dan pengembangan diri dikomunikasikan secara populer. Dalam konteks ini, pengetahuan yang sebelumnya lebih banyak berada di ruang akademik kini dapat dikemas melalui narasi audio-visual yang lebih ringkas, personal, dan mudah dijangkau oleh audiens luas. Syam dan Yuningsih (2025) menunjukkan bahwa kanal YouTube edukatif dapat meningkatkan literasi media melalui gaya komunikasi yang interaktif dan mudah dipahami.

Perubahan tersebut turut memengaruhi cara filsafat dikomunikasikan kepada publik. Filsafat yang sering dianggap abstrak dapat diterima lebih luas apabila disampaikan melalui bahasa komunikatif, contoh konkret, dan struktur narasi yang dekat dengan pengalaman audiens. Stoikisme menjadi salah satu tema filsafat yang banyak dibicarakan dalam budaya digital karena menawarkan gagasan tentang pengendalian diri, rasionalitas, dan ketenangan batin. Dalam pengertian klasik, Stoikisme merupakan salah satu sistem filsafat Helenistik yang membahas keterkaitan antara logika, etika, dan cara hidup manusia (Durand, 2023). Ketika tema tersebut dipindahkan ke platform YouTube, proses komunikasi tidak cukup hanya mengandalkan isi, tetapi juga membutuhkan strategi retorika yang sesuai dengan karakter media digital.

Retorika sejak Aristoteles dipahami sebagai seni persuasi yang bertumpu pada tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas komunikator, *pathos* berhubungan dengan daya sentuh emosional, sedangkan *logos* merujuk pada kekuatan logika argumen. Dalam komunikasi digital, ketiga unsur tersebut tidak hanya hadir melalui kata-kata, tetapi juga melalui intonasi, ekspresi, visual, penyuntingan, dan respons audiens. Al-pares (2025) menegaskan bahwa retorika digital menunjukkan adaptasi signifikan karena *ethos*, *pathos*, dan *logos* bekerja dalam logika media sosial yang cepat, ringkas, dan berorientasi pada keterlibatan audiens. Salah satu konten yang menarik untuk dikaji adalah video Ferry Irwandi berjudul *Memahami Filsafat Stoikisme*. Video tersebut menyajikan gagasan filsafat dalam bahasa yang populer, reflektif, dan persuasif. Ferry Irwandi tidak hanya menjelaskan Stoikisme sebagai konsep, tetapi juga mengaitkannya dengan kegelisahan, pilihan hidup, penerimaan, serta kemampuan manusia menghadapi keadaan di luar kendali. Penyampaian tersebut menunjukkan adanya strategi retorika yang berfungsi untuk menjembatani jarak antara gagasan filsafat klasik dan pengalaman audiens digital.

Kajian terdahulu menunjukkan bahwa retorika Aristoteles telah banyak digunakan untuk menganalisis efektivitas komunikasi pada platform YouTube. Zulkarnaini, Mardiningsih, dan Sugianti (2024) menunjukkan bahwa unsur ethos, pathos, dan logos dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana komunikator membangun kredibilitas, menggugah emosi, dan menyusun argumentasi dalam pidato yang dipublikasikan melalui YouTube. Sementara itu, Sulmayanti, Hasanah, Trianjani, dan Sari (2025) mengkaji retorika Ferry Irwandi dalam perspektif *storytelling*, dengan menitikberatkan pada teknik penyampaian narasi yang menarik perhatian audiens. Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut belum mengkaji bagaimana retorika Aristoteles dikonstruksi secara terpadu dalam penyampaian wacana filsafat di media digital, khususnya pada konten Stoikisme yang menuntut kemampuan menerjemahkan konsep-konsep abstrak menjadi pesan yang mudah dipahami oleh khalayak umum. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih berfokus pada struktur penyampaian pesan, tanpa mengaitkan strategi retorika dengan respons audiens sebagai indikator keberhasilan komunikasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis integrasi ethos, pathos, dan logos dalam video *Memahami Filsafat Stoikisme* karya Ferry Irwandi, sekaligus menafsirkan respons audiens untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas retorika digital dalam mengomunikasikan gagasan filsafat di YouTube.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini berfokus pada dua pertanyaan utama: bagaimana strategi retorika Ferry Irwandi dalam video *Memahami Filsafat Stoikisme* dan bagaimana audiens memaknai pesan Stoikisme dalam ruang komentar YouTube. Penelitian ini penting karena memperlihatkan bahwa media digital tidak hanya menjadi saluran distribusi pesan, tetapi juga ruang pembentukan makna. Melalui kajian ini, retorika digital dapat dipahami sebagai perangkat penting dalam menjadikan gagasan filsafat lebih komunikatif, aplikatif, dan relevan dengan kehidupan masyarakat kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis retorika Aristoteles. Pendekatan ini dipilih untuk menafsirkan konstruksi pesan dalam komunikasi digital, khususnya bagaimana unsur ethos, pathos, dan logos dibangun dalam penyampaian gagasan Stoikisme pada media YouTube serta bagaimana audiens merespons pesan tersebut. Objek penelitian adalah video *Memahami Filsafat Stoikisme* yang diunggah pada kanal YouTube Ferry Irwandi. Unit analisis meliputi tiga aspek, yaitu (1) struktur narasi video yang mencakup bagian pembuka, isi, dan penutup; (2) unsur verbal dan audiovisual yang

meliputi pilihan diksi, analogi, *storytelling*, pola argumentasi, intonasi, ekspresi, ilustrasi visual, dan teknik penyuntingan; serta (3) komentar audiens yang berkaitan dengan pemahaman, penerimaan, dan penilaian terhadap isi pesan.

Data primer diperoleh melalui observasi mendalam terhadap video dengan cara menonton secara berulang untuk mengidentifikasi segmen-segmen yang merepresentasikan ethos, pathos, dan logos. Data sekunder berupa komentar audiens dipilih menggunakan *purposive sampling*, yaitu komentar yang secara eksplisit memberikan tanggapan terhadap isi video, menjelaskan pemahaman mengenai konsep Stoikisme, atau menunjukkan respons terhadap cara Ferry Irwandi menyampaikan pesan. Komentar yang bersifat singkat, tidak relevan, mengandung *spam*, atau hanya berupa simbol dan emotikon tidak disertakan dalam analisis. Selain itu, penelitian juga memanfaatkan literatur ilmiah mengenai retorika Aristoteles, komunikasi digital, YouTube, dan Stoikisme sebagai sumber pendukung.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan. Tahap pertama adalah reduksi data dengan menyeleksi segmen video dan komentar yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap kedua adalah analisis retorika menggunakan kerangka Aristoteles, yaitu mengidentifikasi indikator ethos berupa kredibilitas komunikator, penguasaan materi, dan cara membangun kepercayaan; pathos berupa penggunaan *storytelling*, analogi, humor, dan ungkapan yang membangkitkan emosi audiens; serta logos berupa penyusunan argumen, penggunaan contoh, hubungan sebab-akibat, dan konsistensi penalaran. Tahap ketiga adalah analisis tematik terhadap komentar audiens dengan mengelompokkan respons ke dalam tema-tema, seperti pemahaman terhadap konsep Stoikisme, persepsi terhadap gaya penyampaian, serta relevansi pesan dengan pengalaman pribadi. Selanjutnya, hasil analisis retorika dan analisis komentar diinterpretasikan secara terpadu untuk menjelaskan hubungan antara strategi retorika Ferry Irwandi dan penerimaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Keabsahan data dijaga melalui ketekunan pengamatan, pembacaan berulang terhadap video dan komentar, serta triangulasi teori dengan membandingkan temuan penelitian terhadap konsep retorika Aristoteles dan kajian komunikasi digital yang relevan.

HASIL

Ethos: Membangun Kredibilitas Komunikator

Hasil observasi menunjukkan bahwa Ferry Irwandi membangun ethos melalui penyampaian materi yang sistematis, penggunaan bahasa yang komunikatif, serta kemampuan menghubungkan konsep Stoikisme dengan pengalaman sehari-hari. Pada awal video, Ferry menyampaikan bahwa "*Stoikisme bukan tentang menghilangkan emosi, tetapi tentang*

memahami apa yang berada dalam kendali kita dan apa yang tidak." Pernyataan tersebut menunjukkan penguasaan materi sekaligus memperkenalkan konsep Stoikisme dengan bahasa yang mudah dipahami oleh audiens umum. Selain itu, gaya penyampaian yang tenang, tidak menggurui, dan argumentatif memperkuat kredibilitas Ferry sebagai komunikator. Berdasarkan hasil observasi, kredibilitas tersebut tidak dibangun melalui otoritas formal, tetapi melalui konsistensi penjelasan, ketepatan penggunaan contoh, dan kemampuan menyederhanakan konsep filsafat yang kompleks. Temuan ini menunjukkan bahwa unsur ethos terbentuk melalui karakter komunikator yang kompeten dan mampu memperoleh kepercayaan audiens.

Pathos: Membangun Kedekatan Emosional

Unsur pathos terlihat dari penggunaan *storytelling* dan analogi yang dekat dengan pengalaman kehidupan sehari-hari. Dalam salah satu bagian video, Ferry menjelaskan bahwa *"Kita sering kecewa karena berharap semua berjalan sesuai keinginan kita, padahal hidup tidak bekerja seperti itu."* Pernyataan tersebut mengajak audiens merefleksikan pengalaman pribadi sehingga konsep Stoikisme tidak dipahami sebagai teori abstrak, melainkan sebagai cara menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa penggunaan intonasi yang tenang, pilihan kata yang sederhana, dan alur penyampaian yang reflektif memperkuat keterlibatan emosional audiens. Emosi yang dibangun bukan berupa rasa takut atau kemarahan, tetapi rasa tenang, penerimaan, dan kesadaran diri. Strategi tersebut membuat pesan lebih mudah diterima sekaligus meningkatkan kedekatan antara komunikator dan audiens.

Logos: Membangun Argumentasi yang Logis

Hasil analisis menunjukkan bahwa unsur logos dibangun melalui penyusunan argumen yang runtut dan didukung contoh konkret. Ferry menjelaskan bahwa manusia perlu membedakan antara hal-hal yang berada dalam kendali dan hal-hal yang berada di luar kendali. Konsep tersebut dijelaskan secara bertahap dengan menghubungkan prinsip Stoikisme pada situasi yang sering dialami dalam kehidupan sehari-hari sehingga audiens dapat memahami hubungan antara konsep filosofis dengan praktik nyata.

Berdasarkan hasil observasi, setiap gagasan disampaikan melalui hubungan sebab-akibat yang jelas serta didukung ilustrasi yang relevan. Penyajian tersebut membantu audiens memahami konsep Stoikisme secara lebih sederhana tanpa mengurangi substansi filosofisnya.

Dengan demikian, unsur logos tampak pada kemampuan komunikator menyusun argumentasi yang rasional, sistematis, dan mudah diikuti.

Respons Audiens terhadap Strategi Retorika

Analisis terhadap komentar audiens menunjukkan bahwa strategi retorika Ferry Irwandi memperoleh respons yang positif. Beberapa audiens menyatakan bahwa penyampaian materi membuat mereka lebih mudah memahami Stoikisme, sebagaimana terlihat pada komentar *"Akhirnya paham Stoikisme karena dijelaskan dengan bahasa yang sederhana"* dan *"Video ini membuat saya lebih tenang menghadapi masalah."* Komentar lain menyebutkan bahwa *"Penjelasannya mudah dipahami dan sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari."* Temuan tersebut menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima informasi mengenai Stoikisme, tetapi juga menghubungkannya dengan pengalaman pribadi dan menjadikannya sebagai bahan refleksi dalam menghadapi berbagai persoalan hidup. Hal ini menunjukkan bahwa perpaduan ethos, pathos, dan logos berhasil membangun komunikasi yang persuasif sekaligus mendorong audiens untuk memaknai kembali konsep Stoikisme dalam konteks kehidupan sehari-hari.

DISKUSI

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa retorika digital pada platform YouTube tidak lagi dapat dipahami sebagai sekadar kemampuan berbicara secara persuasif, tetapi sebagai kemampuan mengintegrasikan berbagai unsur komunikasi dalam membangun pengalaman belajar yang bermakna. Efektivitas penyampaian gagasan Stoikisme dalam video Ferry Irwandi tidak hanya ditentukan oleh kualitas argumentasi, melainkan juga oleh perpaduan bahasa verbal, intonasi, ekspresi, visual, ritme penyuntingan, serta ruang interaksi yang tersedia melalui kolom komentar. Dengan demikian, daya persuasi tidak muncul dari satu unsur retorika secara terpisah, tetapi dari integrasi berbagai modalitas komunikasi yang saling memperkuat. Temuan ini memperluas konsep retorika Aristoteles ke dalam konteks komunikasi digital yang bersifat multimodal, sebagaimana dijelaskan oleh Al-pares (2025) bahwa retorika digital merupakan adaptasi retorika klasik yang mengombinasikan unsur linguistik, visual, dan interaktivitas untuk membangun keterlibatan audiens.

Pada aspek ethos, kredibilitas Ferry Irwandi tidak dibangun melalui otoritas akademik atau penyebutan legitimasi formal, tetapi melalui konsistensi argumentasi dan kemampuannya menerjemahkan konsep filsafat ke dalam bahasa yang mudah dipahami. Pola ini menunjukkan adanya pergeseran sumber kredibilitas dalam komunikasi digital. Jika pada retorika klasik kredibilitas banyak dikaitkan dengan reputasi pembicara, pada platform digital kredibilitas

lebih banyak dibentuk melalui persepsi audiens terhadap kejelasan penjelasan, autentisitas penyampaian, dan konsistensi isi pesan. Dengan kata lain, ethos dalam ruang digital bersifat relasional karena dibangun melalui proses interaksi antara komunikator dan audiens, bukan hanya berasal dari status sosial komunikator.

Analisis terhadap pathos juga menunjukkan bahwa fungsi emosi dalam video ini bukan untuk membangkitkan respons emosional yang intens, melainkan menciptakan ruang refleksi bagi audiens. *Storytelling* dan analogi mengenai kegagalan, ekspektasi, serta penerimaan terhadap realitas berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan konsep Stoikisme dengan pengalaman hidup penonton. Strategi tersebut memungkinkan audiens memahami gagasan filosofis melalui pengalaman yang telah mereka alami sendiri. Hal ini memperlihatkan bahwa pathos bekerja sebagai mekanisme identifikasi, yaitu ketika audiens menemukan kesamaan antara narasi yang disampaikan komunikator dengan realitas yang mereka hadapi. Temuan ini mendukung pandangan Aisyah (2022) bahwa daya persuasi retorika tidak hanya terletak pada kemampuan membangkitkan emosi, tetapi juga pada kemampuan menciptakan kedekatan psikologis yang mendorong keterlibatan audiens.

Pada aspek logos, kekuatan retorika Ferry Irwandi terletak pada proses transformasi pengetahuan, bukan sekadar penyampaian informasi. Konsep Stoikisme yang bersifat abstrak disusun melalui alur argumentasi yang sederhana, bertahap, dan didukung ilustrasi kontekstual sehingga mudah dipahami oleh audiens yang tidak memiliki latar belakang filsafat. Hal ini menunjukkan bahwa logos dalam komunikasi digital berfungsi sebagai strategi pedagogis yang membantu audiens membangun pemahaman secara bertahap (*scaffolding*), bukan hanya sebagai penyajian bukti logis. Dengan demikian, fungsi logos dalam konten edukatif digital melampaui aspek rasionalitas karena juga berperan dalam memfasilitasi proses belajar audiens.

Temuan mengenai respons audiens memperlihatkan bahwa kolom komentar YouTube bukan sekadar ruang untuk memberikan apresiasi, tetapi menjadi arena pembentukan makna secara partisipatif. Komentar seperti "*Akhirnya saya paham Stoikisme setelah menonton video ini*" atau "*Penjelasan ini membuat saya lebih tenang menghadapi masalah*" menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi menginterpretasikan kembali pesan berdasarkan pengalaman hidup masing-masing. Sebagian komentar bahkan memperluas pembahasan dengan berbagi pengalaman pribadi atau mengaitkan Stoikisme dengan nilai-nilai kehidupan yang mereka yakini. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi tidak berhenti ketika video selesai dipublikasikan, melainkan berlanjut melalui interaksi antarpenonton yang saling mengonfirmasi, melengkapi, bahkan membangun interpretasi baru

terhadap pesan. Dengan demikian, makna dalam komunikasi digital bersifat dinamis karena dikonstruksi secara bersama antara komunikator dan audiens.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan komunikasi edukatif di media digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi, tetapi juga oleh kemampuan komunikator membangun hubungan yang kredibel, menghadirkan kedekatan emosional, menyusun argumentasi yang mudah dipahami, serta membuka ruang partisipasi bagi audiens. Hasil ini sejalan dengan Syam dan Yuningsih (2025) yang menyatakan bahwa komunikasi edukatif pada media digital akan lebih efektif apabila penyampaian materi dipadukan dengan gaya komunikasi yang komunikatif dan interaktif. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai retorika digital dengan menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi pada platform YouTube merupakan hasil integrasi *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang diperkuat oleh partisipasi audiens dalam mengonstruksi makna. Retorika digital tidak hanya berfungsi menyampaikan pengetahuan, tetapi juga memfasilitasi terbentuknya ruang refleksi dan pembelajaran bersama yang menjadikan gagasan filsafat lebih relevan dalam kehidupan masyarakat kontemporer.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi retorika Ferry Irwandi dalam video *Memahami Filsafat Stoikisme* dibangun melalui perpaduan *ethos*, *pathos*, dan *logos* yang saling menguatkan. *Ethos* tampak melalui kredibilitas komunikator yang dibentuk oleh penguasaan materi, ketenangan penyampaian, dan gaya narasi reflektif. *Pathos* hadir melalui storytelling, analogi kehidupan, dan diksi yang membangun kedekatan emosional dengan audiens. *Logos* muncul melalui struktur argumen yang runtut, rasional, dan mudah dipahami. Penerimaan audiens menunjukkan bahwa pesan *Stoikisme* tidak hanya dipahami sebagai pengetahuan filosofis, tetapi juga dimaknai sebagai panduan hidup yang relevan dengan pengalaman sehari-hari. Ruang komentar memperlihatkan bahwa audiens aktif menafsirkan pesan, mengaitkannya dengan pengalaman personal, dan memperluas makna yang disampaikan dalam video. Dengan demikian, retorika digital dalam video ini berfungsi sebagai jembatan antara filsafat klasik dan kebutuhan refleksi masyarakat digital. Secara akademik, penelitian ini menunjukkan bahwa kajian retorika Aristoteles tetap relevan untuk membaca komunikasi kontemporer, khususnya pada platform YouTube. Secara praktis, penelitian ini menegaskan bahwa konten edukatif yang efektif membutuhkan strategi penyampaian yang tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif, kontekstual, dan partisipatif.

REKOMENDASI

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian dengan membandingkan beberapa video Ferry Irwandi atau kreator edukatif lain yang mengangkat tema filsafat, komunikasi, atau pengembangan diri. Perbandingan tersebut dapat memperlihatkan pola retorika digital yang lebih beragam dan menguatkan temuan tentang hubungan antara gaya penyampaian, karakter media, dan penerimaan audiens. Bagi kreator konten edukatif, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bahwa penyampaian gagasan kompleks perlu disertai struktur narasi yang jelas, contoh yang dekat dengan kehidupan audiens, dan gaya komunikasi yang membangun kepercayaan. Bagi kajian komunikasi dan penyiaran Islam, penelitian ini dapat menjadi pijakan untuk mengembangkan strategi komunikasi dakwah dan edukasi yang lebih adaptif terhadap karakter media digital.

REFERENSI

- Afiqurohman, M., Asbari, M., & Farida, U. (2025). Filosofi Teras: Filsafat kuno untuk ketangguhan mental masa kini. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 2(1), 25–28.
- Aisyah, M. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: A systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442–469. <http://jurnal.universitasdarmaagung.ac.id/jurnaluda/article/view/2066>
- Al-pares, J. (2025). Digital rhetoric and the transformation of political communication: An analysis of ethos, pathos, and logos in post-truth era social media campaigns. *LinguAmerta*, 2(1), 35–41. <https://doi.org/10.32722/jla.v2i1.7774>
- Durand, M. (2023). Stoicism. In E. N. Zalta & U. Nodelman (Eds.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Metaphysics Research Lab, Stanford University. <https://plato.stanford.edu/entries/stoicism/>
- Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena penggunaan media sosial: Studi pada teori uses and gratification. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kodoati, M. C. (2023). Epikureanisme dan Stoikisme: Etika Helenistik untuk seni hidup modern. *Media: Jurnal Filsafat dan Teologi*, 4(1), 91–102. <https://doi.org/10.53396/media.v4i1.140>
- Prasongko, W. A., Aisyah, S., Roziqin, M. A., & Andriani, R. F. (2024). Evaluasi komunikasi publik dalam dakwah. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 5(1), 69–88. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i1.963>
- Rahman, T., Pertiwi, L., & Batubara, A. (2022). Hakikat kebahagiaan hidup: Konsensus antara Al-Qur'an dan filsafat Stoikisme. *Jurnal Riset Agama*, 2(3), 807–821. <https://doi.org/10.15575/jra.v2i3.19326>
- Sulmayanti, I., Hasanah, U., Trianjani, M., & Sari, L. E. (2025). Analisis retorika Ferry Irwandi dalam video YouTube: “How to be a good storyteller.” *PENTAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 11(2), 1–10. <https://doi.org/10.52166/pentas.v11i2.10282>

- Syam, R. Z. A., & Yuningsih, A. (2025). Media literacy in virtual communication: A case study on the YouTube channel @gurugembul. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 9(2). <https://doi.org/10.32585/jurnalkomdik.v9i2.6174>
- Zulkarnaini, S., Mardiningsih, & Sugianti. (2024). Teknik retorika dalam penggunaan pathos, logos, ethos dalam video pidato Joko Widodo di YouTube. *JB: Jurnal Bahasa Indonesia*, 2(2), 74–81. <https://doi.org/10.59966/jbi.v2i2.1114>