

**ANALISIS STRATEGI PERSUASIF DALAM UCAPAN ABU
UBAIDAH SEMASA OPERASI TAUFAN AL-AQSA**

***ANALYSIS OF PERSUASIVE STRATEGIES IN ABU UBAIDAH'S
SPEECHES DURING THE AL-AQSA FLOOD OPERATION***

Suhaila Zailani*

Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia,
43600 UKM Bangi, Selangor, Malaysia

Nuha Farhana Farid

Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia,
43600 UKM Bangi, Selangor, Malaysia

*Corresponding Author's Email: suzail@ukm.edu.my

Article History:

Received : 6 February 2026

Accepted : 5 March 2026

Published : 13 April 2026

© Penerbit Universiti Islam Melaka

To cite this article:

Zailani, S. & Farid, N. H. (2026). Analisis Strategi Persuasif Dalam Ucapan Abu Ubaidah Semasa Operasi Taufan Al-Aqsa. *Jurnal 'Ulwan*, 11(1), 135-154.

ABSTRAK

Strategi persuasif dalam ucapan politik merupakan alat penting yang digunakan oleh pemimpin untuk mempengaruhi persepsi, emosi, dan tindakan audiens. Walau bagaimanapun, sejauh mana ucapan ini berkesan bergantung kepada strategi persuasif yang digunakan oleh pemimpin tersebut. Dalam konteks Palestin-Israel, ucapan Abu Ubaidah bukan sekadar penyampaian maklumat, tetapi juga senjata retorik dalam medan peperangan. Oleh itu, kajian ini bertujuan menganalisis strategi persuasif dalam teks ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa dengan menggunakan kerangka teori retorik Aristotle yang menekankan elemen *etos* (kredibiliti), *patos* (emosi) dan *logos* (logik atau rasional). Kajian ini berbentuk kualitatif dengan pendekatan analisis kandungan terhadap sepuluh teks ucapan bernombor ganjil yang disampaikan dalam tempoh setahun operasi, iaitu antara 7 Oktober 2023 sehingga 7 Oktober 2024. Hasil kajian mendapati *patos* digunakan secara dominan (36%) untuk membangkitkan semangat juang, empati terhadap penderitaan rakyat Palestin dan solidariti, manakala *etos* (33%) menekankan kredibiliti moral serta autoriti agama dan *logos* (31%) menyokong hujah melalui fakta operasi, statistik korban, serta perincian strategi dan kejayaan operasi ketenteraan. Ketiga-tiga elemen strategi persuasif ini berfungsi secara sinergi untuk membentuk retorik politik perlawanan yang berkesan. Dapatan kajian ini

memberikan sumbangan kepada bidang komunikasi politik, retorik, dan pengajian wacana Arab dengan memperlihatkan bagaimana strategi persuasif digunakan secara sistematik untuk mempengaruhi persepsi, emosi, dan tindakan audiens dalam konteks konflik Palestin-Israel.

Kata Kunci: ucapan politik, strategi persuasif, *etos*, *patos*, *logos*, Taufan al-Aqsa, Abu Ubaidah

ABSTRACT

Persuasive strategies in political speeches are an important tool used by leaders to influence the perceptions, emotions, and actions of their audience. However, the extent to which these speeches are effective depends on the persuasive strategies employed by the leader. In the context of Palestine-Israel, Abu Ubaidah's speeches are not merely the delivery of information but also function as rhetorical weapons on the battlefield. Therefore, this study is to analyze the persuasive strategies in Abu Ubaidah's speeches during the al-Aqsa Flood Operation by employing Aristotle's rhetorical framework, which emphasizes the elements of ethos (credibility), pathos (emotion), and logos (logic or reason). This qualitative study adopted a content analysis approach on ten selected odd-numbered speeches delivered within one year of the operation, from October 7, 2023, to October 7, 2024. The findings revealed that pathos was used dominantly (36%) to arouse the spirit of struggle, empathy toward the suffering of the Palestinian people, and solidarity, while ethos (33%) emphasized moral credibility and religious authority, and logos (31%) supported arguments through operational facts, casualty statistics, and detailed strategies and military achievements. These three persuasive elements function synergistically to construct an effective rhetoric of resistance. The findings of this study contribute to the fields of political communication, rhetoric, and Arabic discourse studies by illustrating how persuasive strategies are systematically employed to influence perceptions, emotions, and actions of audiences in the context of the Palestine-Israel conflict.

Keywords: *political speech; persuasive strategy; ethos; pathos; logos; al-Aqsa Flood; Abu Ubaidah*

1.0 PENGENALAN

Strategi persuasif dalam ucapan merupakan salah satu elemen penting dalam komunikasi, khususnya dalam konteks politik, sosial, dan konflik. Ucapan yang berkesan bukan sahaja berfungsi menyampaikan maklumat, tetapi juga membina kredibiliti, mempengaruhi emosi, serta menggerakkan tindakan khalayak. Menurut Burke (2008), Aristotle menyatakan dalam karyanya *Rhetoric* bahawa seni retorik berasaskan tiga elemen utama, iaitu *etos* (kredibiliti), *patos* (emosi), dan *logos* (logik), yang menjadi asas kepada keberkesanan sesuatu ucapan. Dalam konteks moden, ucapan persuasif sering menjadi alat penting bagi pemimpin politik dan

tokoh masyarakat dalam membina sokongan, membentuk perseps, dan menggerakkan masyarakat (Perloff, 2017).

Operasi Taufan al-Aqsa yang dilancarkan oleh Hamas pada 7 Oktober 2023 menandakan satu perubahan paradigma yang signifikan dalam strategi perjuangan Palestin serta mencetuskan kesan besar di peringkat serantau dan antarabangsa (Mercan, 2023). Peristiwa ini membuka ruang perbahasan baharu mengenai kedudukan Islam, hak asasi manusia, dan penentangan terhadap kezaliman serta penjajahan. Salah satu aspek penting yang menyerlah selepas peristiwa ini ialah ucapan-ucapan yang disampaikan oleh Abu Ubaidah, jurucakap rasmi Briged Izzuddin al-Qassam, yang mampu membentuk persepsi masyarakat antarabangsa mengenai perjuangan Palestin (Said et al., 2024; Sīshī & Shāyib, 2024). Melalui gaya bahasa yang penuh karisma, ucapan beliau mengandungi strategi retorik klasik yang dapat dijelaskan melalui teori Aristotle, iaitu *etos*, *patos*, dan *logos* (Burke, 2008; Herrick, 2020). *Etos* digunakan untuk membina kredibiliti Hamas sebagai pejuang sah, *patos* dimanfaatkan untuk membangkitkan emosi dan solidariti khalayak terhadap penderitaan rakyat Palestin, manakala *logos* digunakan untuk memberikan justifikasi logik terhadap tindakan mereka. Retorik politik memainkan peranan yang penting, seperti yang dibuktikan melalui penggunaan strategi persuasif oleh Presiden Mahmoud Abbas dalam ucapannya di Perhimpunan Agung PBB untuk menyampaikan mesej politik dan meraih sokongan antarabangsa (Ulum, 2021). Justeru dalam era maklumat yang serba pantas, ucapan-ucapan ini bukan sahaja berfungsi sebagai penyampaian maklumat kepada rakyat Palestin, tetapi juga menjadi bentuk komunikasi strategik yang mempengaruhi pandangan global terhadap isu Palestin-Israel.

2.0 PENYATAAN MASALAH

Strategi persuasif dalam ucapan politik merupakan alat penting yang digunakan oleh pemimpin untuk mempengaruhi persepsi, emosi, dan tindakan audiens. Walau bagaimanapun, sejauh mana ucapan ini berkesan bergantung kepada strategi persuasif yang digunakan oleh ahli politik tersebut. Terdapat kajian yang menganalisis strategi persuasif dalam ucapan tokoh politik, aktivis sosial, dan duta kempen antarabangsa. Kajian oleh Oktiani dan Putri (2022) mendapati ucapan tokoh UNICEF seperti BTS, Millie Bobby Brown, dan David Beckham mengandungi elemen strategi persuasif iaitu *etos*, *patos*, dan *logos* untuk mencapai tujuan komunikasi mereka, dengan menekankan aspek emosi, kredibiliti, atau logik mengikut konteks ucapan.

Bertitik tolak daripada itu, kajian ini bertujuan menganalisis strategi persuasif dalam teks ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa berdasarkan teori retorik Aristotle, khususnya *etos*, *patos*, dan *logos*. Analisis retorik terhadap teks ucapan Abu Ubaidah amat penting bagi memahami bagaimana wacana politik dapat digunakan sebagai alat persuasif dalam perjuangan menentang penindasan kolonial moden. Analisis ini juga diharapkan dapat memperlihatkan bahawa ucapan Abu Ubaidah bukan sekadar laporan peperangan, tetapi sebuah strategi komunikasi yang membentuk naratif perjuangan Palestin di pentas global.

3.0 TINJAUAN LITERATUR

Kajian terhadap ucapan politik, retorik konflik, dan wacana perjuangan telah mendapat perhatian meluas dalam disiplin linguistik, komunikasi, dan kajian politik. Dalam konteks tokoh-tokoh Timur Tengah khususnya Palestin, ucapan sering dikaji bukan sahaja dari aspek kandungan mesej, tetapi juga dari strategi retorik dan pengaruhnya terhadap khalayak.

3.1 Retorik Politik Dan Konflik

Retorik politik secara tradisinya difahami sebagai seni memujuk (*the art of persuasion*) yang berperanan penting dalam membentuk persepsi khalayak. Aristotle dalam karya *Rhetoric* menekankan tiga komponen utama: *etos*, *patos*, dan *logos* sebagai asas strategi persuasif. Penyelidikan moden membuktikan bahawa retorik ini masih relevan dalam analisis komunikasi kontemporari (Kennedy, 1999; Herrick, 2020) dan telah banyak digunakan dalam kajian ucapan politik. Dalam konteks konflik, ucapan politik sering berfungsi sebagai alat propaganda dan psikologi peperangan.

Kajian tentang strategi persuasif dalam pengiklanan menunjukkan penerapan yang berkesan terhadap prinsip retorik Aristotle dalam pelbagai konteks. Maisarah dan Fanani (2024) mendapati bahawa *ethos*, *pathos*, dan *logos* digunakan dalam kadar yang seimbang dalam iklan Blibli Home Grand Prix, dengan *pathos* ditonjolkan melalui babak-babak yang membangkitkan emosi positif penonton. Begitu juga, Fauzan (2013) mengenal pasti ketiga-tiga strategi persuasif dalam slogan iklan rokok, dengan mencatat bahawa daya tarikan *pathos* mengawal emosi penonton dengan membuat mereka merasa termasuk sebagai sebahagian daripada komuniti jenama. Keberkesanan *pathos* melangkaui pengiklanan tradisional ke dalam konteks pemasaran digital. Anandati dan Sitorus (2024) membuktikan bahawa kempen pengengaruh yang menggunakan prinsip *pathos* Aristotelian mewujudkan keterikatan emosi yang lebih mendalam melalui penceritaan yang menyentuh perasaan, visual yang menarik, dan muzik yang sesuai, sekali gus membina hubungan yang lebih kukuh antara pengguna dan jenama. Selain itu, Anin & Manane (2020) mengenal pasti *pathos* dalam pengurusan pemasaran melalui seni mengenal pasti, menyediakan, dan menyampaikan nilai yang diubah daripada keperluan pelanggan, sekali gus menekankan peranannya yang asas dalam teori dan amalan pemasaran kontemporari. Penemuan ini penting kerana ucapan Abu Ubaidah turut menggunakan teks agama, simbol jihad, dan naratif penderitaan dan keadilan sebagai strategi persuasif.

3.2 Strategi Persuasif Dalam Ucapan

Rata-rata kajian lepas menggunakan kerangka retorik Aristotle yang menekankan *etos* (kredibiliti), *patos* (emosi), dan *logos* (logik) dalam ucapan politik dan keagamaan. Ghazani (2016) menganalisis ucapan Presiden Amerika terpilih seperti ucapan Presiden Obama dan Bush, dengan memadukan teori Aristotle dan *speech acts* Searle, lalu mendapati bahawa ketiga-tiga strategi digunakan namun dengan penekanan berbeza mengikut konteks ucapan. Dalam konteks wanita, Darweesh dan

Mehdi (2019) menganalisis ucapan kempen Hillary Clinton, manakala Putri dan Panjaitan (2021) meneliti ucapan Michelle Obama. Dapatan kedua-dua kajian menunjukkan bahawa *etos*, *patos*, dan *logos* digunakan secara bersepadu, dengan emosi dan pengulangan sering diberi penekanan untuk mempengaruhi audiens. Sementara itu, kajian Sharif dan Abdullah (2014) terhadap ucapan Mother Teresa mendapati *patos* lebih dominan berbanding *logos*, memperlihatkan bagaimana daya emosi dijadikan strategi utama dalam wacana keagamaan dan kemanusiaan. Dalam konteks Malaysia, Razak et al. (2016) dan Osman et al. (2017) menunjukkan strategi *patos* (emosi) dan *logos* (logik) kerap digabungkan oleh tokoh politik dan institusi beraja untuk meningkatkan kesan persuasif ucapan.

Sementara itu, kajian Kamil et al. (2022) memberi tumpuan khusus kepada ucapan Mahathir Mohamad semasa beliau kembali sebagai Perdana Menteri ketujuh Malaysia. Analisis enam ucapan politik (2018-2020) menunjukkan ucapan beliau didominasi oleh elemen *logos* (56.17%) diikuti *patos* (39.63%), manakala *etos* (4.20%) pula amat minimal. Kajian ini menegaskan Mahathir mengekalkan gaya retorik rasional dengan fleksibiliti bergantung kepada konteks, misalnya beralih kepada *patos* dalam situasi getir untuk membangkitkan empati audiens.

3.3 Ucapan Abu Ubaidah

Ucapan Abu Ubaidah, jurucakap rasmi Briged Izzuddin al-Qassam, telah menjadi tumpuan banyak sarjana kerana kedudukannya yang unik sebagai suara perjuangan Palestin dalam konflik Hamas-Israel. Kajian-kajian lepas menunjukkan bahawa ucapan beliau tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian maklumat, tetapi juga sebagai strategi komunikasi politik, psikologi, dan retorik yang sarat dengan makna. Terdapat kajian terdahulu meneliti ucapan Abu Ubaidah dari perspektif tindak tutur berdasarkan teori John Searle oleh Said et al. (2024), mendapati bahawa ucapan beliau mengandungi tindak tutur asertif, direktif, komisif, dan ekspresif yang berperanan bukan sahaja untuk memberitahu situasi perang, tetapi juga untuk memberi motivasi, inspirasi, serta menggerakkan pendengar. Kajian ini menekankan aspek pragmatik ucapan yang menghubungkan bahasa dengan tindakan dalam situasi konflik.

Selain itu, beberapa kajian turut memberi tumpuan kepada gaya bahasa dan mesej yang disampaikan. Husna et al. (2024) menunjukkan bahawa Abu Ubaidah secara konsisten menggunakan bahasa Arab fushah, sekali gus meneguhkan kredibilitinya dan meningkatkan penerimaan khalayak antarabangsa. Mesej utama yang digariskan ialah optimisme, keyakinan kepada pertolongan Allah, serta penegasan terhadap legitimasi perjuangan Palestin. Dimensi ini dilengkapkan oleh kajian Aoua (2024) yang menyoroti simbolisme budaya dalam ucapan Abu Ubaidah, di mana nilai jihad, identiti nasional, dan naratif sejarah dipadukan untuk mengekalkan semangat perjuangan dan solidariti. Kedua-dua kajian ini menggambarkan bagaimana gaya bahasa dan simbolisme menjadi instrumen penting dalam membentuk *patos* (emosi) dan mengukuhkan *etos* (kredibiliti) beliau.

Aspek kesantunan turut dianalisis oleh Said et al. (2024), yang mendapati bahawa meskipun berlatarkan konflik bersenjata, ucapan Abu Ubaidah tetap menampilkan maksim pujian, rendah hati, dan simpati. Hal ini memperlihatkan keseimbangan antara ketegasan dengan etika berbahasa, sekali gus mengekalkan

imejnya sebagai pemimpin yang bukan sahaja berstrategi, tetapi juga berakhlak. Lebih khusus, al-Shakīliyyah dan al-Dāwūdī (2025) meneliti strategi persuasif dalam ucapan Abu Ubaidah dan mendapati bahawa ucapan beliau dibina sebagai strategi komunikasi yang mampu mempengaruhi pelbagai lapisan audiens daripada latar budaya berbeza. Walaupun begitu, kajian ini menilai aspek persuasif secara umum tanpa mengaitkan secara langsung dengan teori retorik klasik Aristotle, iaitu *etos*, *patos*, dan *logos*.

Secara keseluruhan, kajian-kajian terdahulu menunjukkan bahawa ucapan Abu Ubaidah kaya dengan strategi tindak tutur, gaya bahasa fushah, kesantunan, simbolisme politik, serta strategi propaganda yang memberi kesan emosi dan psikologi kepada khalayak. Walau bagaimanapun, analisis yang dijalankan lebih banyak bergantung kepada teori moden seperti pragmatik Searle, kesantunan Leech, semio-kultural Cassirer, atau analisis wacana politik kontemporari.

3.4 Penerapan Teori *Etos*, *Patos*, Dan *Logos* Dalam Ucapan

Kajian mengenai teori persuasif Aristotle dalam ucapan kontemporari terus berkembang dalam pelbagai konteks. Aisyah (2022) melalui kajian tinjauan literatur sistematik mendapati bahawa kajian retorik Aristotle masih banyak didominasi oleh topik ucapan politik, walaupun jumlah kajian semakin berkurang kerana teori ini sering dianggap lapuk dan mempunyai garis panduan analisis yang kurang jelas. Dalam konteks politik Indonesia, Hapsari et al. (2025) menganalisis debat calon presiden 2024 dan mendapati bahawa Anies Baswedan lebih banyak menggunakan *logos* (fakta dan logik), manakala Prabowo Subianto menekankan *pathos* (emosi), sementara Ganjar Pranowo pula menggabungkan kedua-dua elemen *pathos* dan *logos*. Dhia et al. (2024) meneliti strategi persuasif di media sosial YouTube, dan mengenal pasti konsep retorik tambahan di luar kerangka tradisional *ethos*, *pathos* dan *logos*. Sementara itu, Isai et al. (2020) meneliti penulisan emel persuasif pelajar kejuruteraan di Malaysia dan mendapati bahawa *pathos* paling kerap digunakan untuk membina hubungan emosi dengan pemsyarah, diikuti oleh *ethos*, manakala *logos* digunakan dengan lebih berhati-hati bagi mengelakkan kesilapan logik.

Walaubagaimanapun, kajian secara sistematik menggunakan kerangka retorik Aristotle (*etos*, *patos*, dan *logos*) untuk menganalisis strategi persuasif dalam ucapan Abu Ubaidah masih belum dikaji. Jurang ini membuka ruang baharu untuk kajian yang lebih menyeluruh. Analisis dengan teori Aristotle dapat memperlihatkan bagaimana *etos* (kredibiliti Abu Ubaidah sebagai jurucakap rasmi), *patos* (elemen emosi dan simpati yang dibangkitkan), serta *logos* (hujah logik dan fakta yang dikemukakan) berfungsi secara saling melengkapi dalam membina kekuatan retorik beliau. Dengan demikian, kajian ini bukan sahaja menyumbang kepada analisis wacana dari sudut retorik klasik, tetapi juga memperkayakan pemahaman tentang strategi komunikasi perlawanan dalam konteks konflik dan perang kontemporari.

4.0 KERANGKA TEORI

Kerangka teori kajian ini berlandaskan teori retorik Aristotle (388–322 S.M.) yang memperkenalkan tiga strategi utama dalam seni persuasif, iaitu *logos* (logik dan hujah rasional), *pathos* (emosi dan perasaan), serta *ethos* (kredibiliti dan

keperibadian). Ketiga-tiga elemen ini telah digunakan secara meluas oleh penyelidik komunikasi untuk menganalisis strategi persuasif dalam ucapan politik, ketenteraan, dan wacana awam. Dalam konteks ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa, kerangka ini diaplikasikan untuk mengenal pasti sejauh mana strategi persuasif digunakan untuk menyampaikan mesej, membina kepercayaan dan kredibiliti perjuangan, serta menggerakkan solidariti audiens semasa Operasi Taufan al-Aqsa.

Pertama, *Ethos* berkait dengan watak dan kredibiliti penutur (Demirdogen, 2010). Higgins dan Walker (2012) mendefinisikan *ethos* sebagai persona atau karakter yang ditampilkan oleh seorang penutur, termasuk unsur kepercayaan dan kewibawaan. Abu Ubaidah menampilkan *ethos* melalui identiti beliau sebagai jurucakap Briged al-Qassam yang tegas, berdisiplin, dan berprinsip kepada legitimasi agama. Beliau sering mengaitkan ucapan dengan ayat al-Qur'an, seruan jihad, serta kesaksian moral untuk menunjukkan kedudukan Hamas sebagai pergerakan yang sah, berani, dan bermaruah.

Logos merujuk kepada elemen rasional yang memperoleh kekuatan persuasifnya daripada fakta, bukti, dan hujah yang jelas. Keutamaan dalam *logos* ialah kejelasan serta integriti hujah (Higgins & Walker, 2012). Menurut Gagich dan Zickel (2018), daya tarik logik yang berkesan perlu menyampaikan hujah yang kukuh serta tidak bersifat sebelah pihak. Dalam ucapan Abu Ubaidah, *logos* dapat dilihat melalui penggunaan data operasi, statistik korban, maklumat strategi ketenteraan, dan perincian kejayaan serangan yang disusun bagi meyakinkan audiens tentang kebenaran dan keberkesanan perjuangan.

Pathos pula merujuk kepada elemen emosi yang berfungsi menyentuh hati audiens melalui perasaan marah, sedih, empati, bangga, atau semangat juang (Gabrielsen & Christiansen, 2010; Mshvenieradze, 2013). Untuk menghasilkan kesan emosi yang berkesan, penutur perlu memahami nilai, keperluan, dan aspirasi khalayak (Higgins & Walker, 2012). Dalam ucapan Abu Ubaidah, *pathos* berfungsi dengan kuat melalui naratif penderitaan rakyat Palestin, pengorbanan para syuhada, dan semangat jihad melawan penjajah Israel. Elemen ini menjadikan ucapan beliau lebih dekat dengan realiti audiens, khususnya masyarakat Muslim yang berkongsi solidariti dengan Palestin serta masyarakat antarabangsa. Gabungan ketiga elemen ini menjadikan retorik Abu Ubaidah senjata persuasif yang berfungsi bukan sahaja sebagai alat penyampaian maklumat, tetapi juga sebagai strategi membina moral, mengukuhkan kredibiliti, dan menggerakkan emosi kolektif dalam konteks peperangan Palestin-Israel.

5.0 METODOLOGI

Kajian ini berbentuk kualitatif dengan menggunakan kaedah analisis kandungan teks terhadap ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa. Sumber utama diperoleh daripada dokumen rasmi bertajuk *خطابات أبو عبيدة مكتوبة*, yang menghimpunkan 33 teks ucapan antara Oktober 2023 hingga Julai 2025.

Bagi tujuan kajian, hanya ucapan dalam tempoh 7 Oktober 2023 hingga 7 Oktober 2024 dipilih kerana tempoh ini menandakan fasa penting pasca serangan Taufan al-Aqsa. Terdapat 29 ucapan dalam tempoh tersebut, namun kajian ini hanya menganalisis 10 teks ucapan bernombor ganjil dengan menggunakan teknik

purposive sampling. Pemilihan ini bertujuan memastikan analisis dapat dilakukan secara terfokus tetapi tetap mewakili keseluruhan tempoh setahun kajian. Analisis utama dilakukan terhadap teks asal bahasa Arab untuk menjaga keaslian retorik. Terjemahan hanya digunakan sebagai sokongan memahami maksud. Senarai 10 ucapan yang dianalisis ditunjukkan dalam Jadual 1.

Jadual 1: Senarai teks ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa

Bil	No. Teks Ucapan	Tarikh Keluaran	Tajuk
1	Teks 1	8 Okt 2023	Kenyataan Abu Ubaidah mengenai perjalanan Perang Taufan al-Aqsa
2	Teks 3	9 Okt 2023	Pengumuman penting daripada Abu Ubaidah
3	Teks 5	12 Okt 2023	Ucapan bergambar Abu Ubaidah
4	Teks 7	19 Okt 2023	Ucapan audio Abu Ubaidah pada hari ke-13
5	Teks 9	31 Okt 2023	Ucapan bergambar Abu Ubaidah pada hari ke-25
6	Teks 11	4 Nov 2023	Ucapan audio Abu Ubaidah pada hari ke-29
7	Teks 13	11 Nov 2023	Ucapan Abu Ubaidah pada hari ke-36
8	Teks 15	17 Nov 2023	Ucapan Abu Ubaidah pada hari ke-42
9	Teks 17	23 Nov 2023	Ucapan Abu Ubaidah pada hari ke-48
10	Teks 19	15 Dis 2023	Ucapan audio Abu Ubaidah pada hari ke-70

Seterusnya, analisis dijalankan melalui beberapa peringkat:

- i. Pengenalpastian: teks ucapan dibaca teliti, petikan mengandungi elemen persuasif ditanda sebagai unit analisis.
- ii. Pengkodan: setiap petikan diklasifikasikan kepada tiga kategori retorik Aristotle: *etos*, *patos*, dan *logos*. Kod seperti E01, P01, L01 digunakan. Indikator setiap kategori elemen ditunjukkan dalam Jadual 2.
- iii. Analisis kekerapan: jumlah kekerapan setiap elemen strategi persuasif dicatat bagi mengenal pasti elemen dominan.
- iv. Penafsiran: dapatan dibandingkan merentas 10 ucapan untuk melihat pola persuasif serta tujuan komunikasi sama ada menekankan *etos* (autoriti), *patos* (emosi) atau *logos* (hujah rasional).

Jadual 2: Indikator Analisis *Etos*, *Patos* dan *Logos* dalam Ucapan Abu Ubaidah

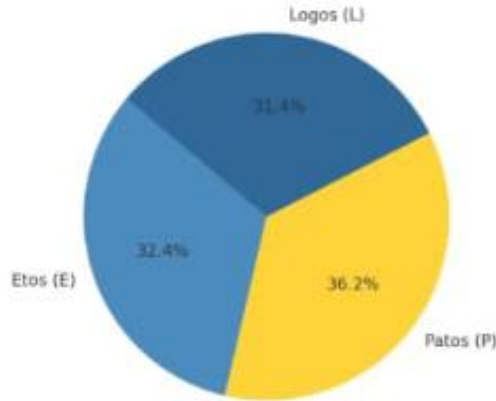
Kategori Retorik	Kod	Indikator	Penerangan Ringkas
<i>Etos</i> (Kredibiliti & Autoriti)	E01	Seruan atas nama Allah, Rasulullah SAW atau jihad	Mewujudkan imej kewibawaan agama dan legitimasi moral perjuangan.
	E02	Menyebut peranan Hamas/Briged al-Qassam sebagai wakil umat	Mengukuhkan autoriti sebagai jurucakap rasmi perjuangan Palestin.
	E03	Ucapan penuh keyakinan (contoh: “Kami berjanji...”, “Kami pasti menang...”)	Memberi imej kepimpinan yang tegas, konsisten, dan berwibawa.
<i>Patos</i> (Emosi & Solidariti)	P01	Ungkapan penderitaan rakyat Palestin (syahid, kanak-kanak, wanita terbunuh)	Membangkitkan simpati dan empati audiens.
	P02	Seruan jihad, pengorbanan, dan keberanian	Menggerakkan semangat juang dan solidariti massa.
	P03	Penggunaan bahasa emosi (amarah, marah terhadap Israel & sekutunya)	Mencetuskan kemarahan dan kebencian terhadap musuh.
	P04	Penggunaan doa, seruan takbir, dan ungkapan puitis	Membina ikatan spiritual & emosional dengan audiens Muslim.
<i>Logos</i> (Logik & Rasional)	L01	Statistik kerugian musuh (bilangan askar terbunuh, kerosakan senjata)	Menyokong hujah dengan data kuantitatif.
	L02	Fakta tentang operasi (tarikh, lokasi serangan, bilangan roket)	Memberi gambaran realistik dan kredibiliti fakta.
	L03	Penjelasan strategi atau rasional tindakan Hamas	Menjustifikasi tindakan dengan alasan logik & rasional ketenteraan.
	L04	Perbandingan kuasa (“musuh memiliki teknologi besar, namun mereka gagal...”)	Membuktikan kelemahan musuh melalui hujah berfakta.

6.0 DAPATAN

Dalam bahagian ini, sepuluh teks ucapan Abu Ubaidah dirujuk sebagai TU1 hingga TU10. Jadual 3 menunjukkan keputusan analisis terhadap penggunaan elemen strategi persuasif *etos*, *patos* dan *logos* dalam ucapan tersebut. Secara keseluruhan, 188 petikan persuasif dikenal pasti. Antara tiga elemen strategi retorik Aristotle, *patos* muncul sebagai elemen dominan dengan 68 petikan (36%), diikuti *etos* sebanyak 61 petikan (33%) dan *logos* 59 petikan (31%). Dominasi *patos* membuktikan Abu Ubaidah lebih banyak menggunakan daya emosi untuk membangkitkan solidariti dan kemarahan khalayak, terutama terhadap penderitaan rakyat Palestin. Walaupun begitu, *etos* dan *logos* tetap memainkan peranan penting, dengan *etos* memperkukuh imej kepimpinan beliau dan *logos* memberi hujah rasional melalui fakta serta kronologi peperangan.

Jadual 3: Kekerapan dan peratusan Elemen *Etos*, *Patos*, dan *Logos* dalam Ucapan Abu Ubaidah

Teks Ucapan	<i>Etos</i> (E)	<i>Patos</i> (P)	<i>Logos</i> (L)	Jumlah
TU1	3 (23%)	5 (39%)	5 (39%)	13
TU2	5 (42%)	4 (33%)	3 (25%)	12
TU3	8 (40%)	6 (30%)	6 (30%)	20
TU4	6 (33%)	7 (39%)	5 (28%)	18
TU5	7 (33%)	8 (38%)	6 (29%)	21
TU6	5 (28%)	8 (44%)	5 (28%)	18
TU7	6 (30%)	8 (40%)	6 (30%)	20
TU8	6 (32%)	7 (37%)	6 (32%)	19
TU9	7 (29%)	8 (33%)	9 (38%)	24
TU10	8 (35%)	7 (30%)	8 (35%)	23
Jumlah	61 (33%)	68 (36%)	59 (31%)	188 (100%)



Rajah 1: Carta Pai Kekerapan Elemen *Etos*, *Patos*, dan *Logos* dalam Ucapan Abu Ubaidah

Carta pai di atas menunjukkan kekerapan elemen *Etos*, *Patos* dan *Logos* digunakan dalam ucapan Abu Ubaidah. Dapat dirumuskan bahawa gaya ucapan Abu Ubaidah lebih menekankan sentuhan *patos* (emosi) bagi menggerakkan semangat pendengar, namun tetap disokong oleh *etos* (kredibiliti) dan *logos* (logik hujah).

6.1 Elemen *Patos* Dalam Teks Ucapan Abu Ubaidah

Hampir 36% daripada keseluruhan elemen strategi persuasif dalam sepuluh teks ucapan Abu Ubaidah merupakan elemen *patos* atau rayuan emosi. Dapatan ini menunjukkan bahawa retorik emosi memainkan peranan penting dalam membangkitkan semangat perlawanan, simpati terhadap penderitaan rakyat Palestin, dan kebencian terhadap musuh.

Jadual 4 menunjukkan analisis petikan dalam TU6 Abu Ubaidah yang mencatatkan elemen *patos* tertinggi, iaitu sebanyak lapan petikan (44%) berbanding teks ucapan lain, menunjukkan penekanan mendalam pada strategi emosional untuk menggugah perasaan khalayak. Beberapa petikan utama memperlihatkan variasi pendekatan *patos* yang digunakan, iaitu penderitaan, penghinaan musuh, semangat jihad, dan ketinggian pengorbanan.

Jadual 4: Analisis Elemen *Patos* dalam TU6 Abu Ubaidah

Kod Elemen	Petikan Arab	Terjemahan Melayu	Analisis Elemen <i>Patos</i>
P01	" يا أبناء شعبنا العظيم الذي يقف في وجه العدوان الهمجى النازي..."	"Wahai rakyat kami yang agung yang berdiri menentang serangan biadab Nazi..."	Seruan emosional yang mengangkat martabat rakyat, membangkitkan kemarahan terhadap musuh.

P02	"لنوجه التحية لشعبنا الذي يتعرض لإبادة ممنهجة..."	"Untuk menyampaikan salam penghormatan kepada rakyat kami yang menghadapi pembunuhan beramai-ramai..."	Membangkitkan simpati dan solidariti dengan menggambarkan penderitaan rakyat.
P03	"وما عقابه الجماعي لشعبنا إلا لصدمة وألم ودموع ودماء..."	"Hukuman kolektif terhadap rakyat kami hanyalah kejutan, kesakitan, air mata dan darah..."	Menggambarkan penderitaan emosional untuk meraih simpati khalayak.
P04	"فهو واهم وغبي فليراجع ماضيها وحاضرنا..."	"Dia itu waham dan bodoh, hendaklah dia melihat masa lalu dan kini kami..."	Bahasa emosional menghina musuh, membangkitkan kebanggaan.
P05	"ألمنا سينفجر غضباً ونازاً في وجهه..."	"Kesakitan kami akan meletus menjadi api kemarahan terhadapnya..."	Ucapan hiperbola emosi, membangkitkan motivasi jihad.
P06	"المجد لشهداء شعبنا الأبرار..."	"Kemuliaan bagi para syuhada rakyat kami yang mulia..."	Mengangkat syuhada sebagai simbol emosional pengorbanan.
P07	"الحرية لأسرانا الأبطال..."	"Kebebasan untuk tawanan kami yang gagah..."	Membakar semangat solidariti rakyat dengan tawanan.
P08	"وإنه لجهاد نصر أو استشهاد..."	"Sesungguhnya ini jihad, sama ada kemenangan atau syahid..."	Penutup penuh emosi yang menekankan pengorbanan mutlak.

Secara keseluruhan, teks ucapan ke-6 memperlihatkan kepelbagaian strategi *patos* dalam ucapan Abu Ubaidah, dari seruan kebanggaan (P01), simpati penderitaan (P02 & P03), penghinaan musuh (P04), motivasi jihad (P05), glorifikasi syuhada (P06), solidariti tawanan (P07), sehingga penutup solidariti jihad (P08). Corak ini menjadikan TU6 sebagai manifesto emosional yang bukan sekadar melaporkan penderitaan, tetapi menyatukan khalayak melalui emosi kolektif marah, simpati, bangga, dan rela berkorban.

6.2 Elemen *Etos* Dalam Teks Ucapan Abu Ubaidah

Secara purata, 33% daripada 188 petikan elemen retorik dalam sepuluh teks ucapan Abu Ubaidah adalah berbentuk *etos*. Peratusan ini lebih rendah berbanding *patos* (36%), tetapi lebih tinggi daripada *logos* (31%). Walaupun tidak mendominasi, *etos* memainkan peranan yang penting dalam membina kredibiliti, kewibawaan moral, serta legitimasi perjuangan. Dalam ucapan-ucapannya, *etos* kerap dipancarkan

melalui penegasan terhadap ketabahan rakyat Palestin, pengorbanan para syuhada, serta kesucian jihad menentang penjajahan.

Elemen *etos* paling kerap ditemui dalam TU3, iaitu sebanyak lapan petikan (40%). Hal ini menunjukkan bahawa ucapan tersebut memberi penekanan besar kepada pembinaan kredibiliti moral, keagamaan, dan politik Hamas di hadapan khalayak. Unsur *etos* berfungsi sebagai strategi untuk meneguhkan keabsahan perjuangan mereka, selain meyakinkan penyokong dan menangkis propaganda musuh. Jadual 5 menunjukkan analisis petikan dalam TU3 Abu Ubaidah yang mencatatkan jumlah kekerapan elemen *etos* tertinggi, iaitu 8 (40%).

Jadual 5: Analisis Elemen *Etos* dalam TU3 Abu Ubaidah

Kod Elemen	Petikan Arab	Terjemahan Melayu	Analisis Elemen <i>Etos</i>
E01	"بسم الله الرحمن الرحيم، الحمد لله رب العالمين"...	"Dengan nama Allah, segala puji bagi Allah, Tuhan sekalian alam..."	Membina kredibiliti keagamaan, menunjukkan ucapan bersandar pada keabsahan Ilahi.
E02	"نحمدك يا ربنا أن نصرت جنودنا وقهرت عدونا"...	"Kami memuji-Mu wahai Tuhan kami kerana Engkau menolong tentera kami dan mengalahkan musuh kami.	Kredibiliti berdasarkan kebergantungan kepada pertolongan Allah.
E03	"الصلاة والسلام على نبينا المجاهد الشهيد"...	"Selawat dan salam ke atas Nabi kami, pejuang syahid..."	Mengaitkan perjuangan dengan teladan Nabi SAW sebagai asas moral.
E04	"إننا لا نشك ولو للحظة أن الأخذ بالأسباب لا يعني إغفال التوفيق الإلهي"...	"Kami tidak ragu bahawa usaha manusia tidak menafikan pertolongan Allah..."	Menunjukkan kredibiliti spiritual, keseimbangan antara usaha dan tawakal.
E05	"رصد وتوجيه أكبر قدر من الموازنات للإعداد لهذه المعركة"...	"Mengatur dan mengarahkan bajet terbesar untuk persiapan peperangan ini..."	embangun kredibiliti organisasi – komitmen jangka panjang.
E06	"لقد مارست على العدو خداعاً استراتيجياً منذ أوائل عام 2022"...	"Kami melaksanakan helah strategik sejak awal 2022..."	Menunjukkan kebijaksanaan strategi, memperkukuh imej kredibiliti kepimpinan.

E07	"أبشروا بنصر الله وتأييده..."	"Bergembiralah dengan pertolongan dan sokongan Allah..."	Kredibiliti keagamaan sebagai janji Ilahi.
E08	"وإنه لجهاد نصر أو استشهاد."	"Sesungguhnya ini jihad: kemenangan atau kesyahidan."	Simbol kredibiliti moral tertinggi iaitu perjuangan di jalan Allah.

Elemen *etos* dalam TU3 adalah berpaksikan kepada prinsip agama. Abu Ubaidah menegaskan bahawa perjuangan Palestin bukan sekadar konflik politik, tetapi satu tuntutan syar'ī yang dijanjikan ganjaran sama ada dengan kemenangan atau syahid. Hal ini memberi kredibiliti moral dan spiritual yang memperkukuh kedudukan Abu Ubaidah bukan hanya sebagai jurucakap ketenteraan, tetapi sebagai suara perjuangan Islam yang sah. Secara keseluruhannya, elemen *etos* dalam teks ucapan Abu Ubaidah dapat dilihat pada tiga indikator utama:

- i. *Etos* kolektif: iaitu pembinaan imej rakyat Palestin sebagai bangsa yang tabah, bermaruah, dan mempunyai kedudukan moral yang tinggi.
- ii. *Etos* agama dan moral: Beliau sering mengaitkan perjuangan dengan legitimasi agama (jihad, syahid, pembelaan tanah suci), yang menjadikan mesejnya berakar pada nilai Islam. *Etos* agama ini memperkukuh rasa percaya audiens terhadap kebenaran perjuangan.
- iii. *Etos* kredibiliti sebagai Jurucakap Hamas: Abu Ubaidah tampil bukan sekadar penyampai maklumat, tetapi sebagai suara rasmi pejuang Palestin. *Etos*nya diperkukuhkan melalui gaya bahasa yang tegas, disokong oleh kedudukan simboliknya sebagai jurucakap rasmi.

Walaupun peratusan *etos* tidak sebanyak *patos*, fungsinya adalah asas kepada pembinaan kepercayaan. *Etos* memberikan landasan moral dan kewibawaan, yang seterusnya mengukuhkan keberkesanan *patos* dan *logos* dalam menyampaikan mesej perjuangan.

6.3 Elemen *Logos* Dalam Teks Ucapan Abu Ubaidah

Logos merujuk kepada petikan yang bersifat hujah dan rasional, berpandukan fakta, bukti dan penalaran logik untuk meyakinkan audiens. Dalam teks ucapan Abu Ubaidah, *logos* muncul dalam bentuk penyampaian data peperangan, strategi ketenteraan, serta analisis kos dan akibat konflik. Elemen ini penting untuk mewajarkan perjuangan Hamas bukan sekadar bersandarkan *patos* (emosi) atau *etos* (legitimasi agama), tetapi juga pertimbangan akal dan fakta di medan realiti.

Berdasarkan data kekerapan sepuluh teks ucapan, elemen *logos* mencatat 31% daripada keseluruhan elemen strategi retorik. Ini menunjukkan bahawa meskipun aspek emosi dan moral sering ditonjolkan, ucapan Abu Ubaidah tetap mengandungi keseimbangan dengan hujah berfakta untuk memperkukuh justifikasi penentangan. Dalam 10 teks ucapan Abu Ubaidah, elemen *logos* paling menonjol adalah dalam TU9 yang mencatat sembilan kali penggunaan elemen *logos*. Jadual 6 merujuk

kepada analisis petikan dalam TU9 Abu Ubaidah yang mencatatkan jumlah kekerapan elemen *etos* tertinggi.

Jadual 6: Analisis Elemen *Logos* dalam TU9 Abu Ubaidah

Kod Elemen	Petikan Arab	Terjemahan Melayu	Analisis Elemen <i>Logos</i>
L01	" في اليوم الثامن والأربعين من معركة طوفان الأقصى..."	"Pada hari ke-48 Taufan al-Aqsa..."	Penetapan fakta kronologi.
L02	" وثقنا... استهداف ثلاثمئة وخمس وثلاثين آلية عسكرية..."	"Kami mendokumentasikan pemusnahan 335 kenderaan tentera..."	Statistik kuantitatif untuk menunjukkan kejayaan.
L03	" منها ثلاث وثلاثون آلية في الاثنتين وسبعين ساعة الأخيرة..."	"Daripadanya, 33 kenderaan dalam 72 jam terakhir..."	Fakta tepat, memperkuat kredibiliti.
L04	" تتوّعت بين ناقلات الجند والدبابات والجرافات..."	"Terdiri daripada pengangkut tentera, kereta kebal, jentolak..."	Perincian teknikal memperkuat hujah.
L05	" كمين لزمرة من مجاهديننا... قتلوا ما لا يقل عن خمسة جنود..."	"Satu serangan hendap oleh kumpulan mujahidin... membunuh sekurang-kurangnya 5 askar..."	ukti tindakan ketenteraan spesifik.
L06	" هاجم أحد مجاهديننا... فأرداهم بين قتيل وجريح..."	"Seorang mujahid menyerang ... membunuh dan mencederakan mereka..."	Fakta keberhasilan operasi.
L07	" تفجير عين النفق وتفجيره بالقوة المعادية..."	"Meletupkan pintu masuk terowong terhadap musuh..."	Strategi ketenteraan.
L08	" خسائر العدو البشرية... لم تبدأ بعد..."	"Kerugian manusiawi musuh belum bermula lagi..."	Ramalan strategik yang rasional.
L09	" ما قبل به العدو في الهدنة المؤقتة وصفقة التبادل الجزئية..."	"Apa yang diterima musuh dalam gencatan sementara dan pertukaran tawanan..."	Fakta politik mengenai rundingan.

Elemen *logos* dalam teks ucapan Abu Ubaidah dapat dilihat berdasarkan pecahan berikut:

1. Kronologi masa dan sejarah: menetapkan garis masa perjuangan sebagai kerangka hujah.
2. Statistik kuantitatif: angka (22, 5, 48) sebagai bukti kejayaan nyata.
3. Perincian teknikal: menyenaraikan jenis kenderaan musuh untuk menonjolkan ketepatan maklumat.
4. Bukti operasi ketenteraan: laporan spesifik tentang serangan dan hasilnya.
5. Strategi dan ramalan: menunjukkan kebijaksanaan merancang dan visi jangka panjang.
6. Fakta politik: mengaitkan aspek ketenteraan dengan dimensi rundingan dan gencatan.

Secara rumusan, elemen *logos* dalam ucapan Abu Ubaidah dapat dirumuskan kepada tiga kelompok utama. Pertama, *logos* ketenteraan, iaitu penggunaan fakta teknikal, strategi, dan laporan operasi bagi menegaskan kekuatan perancangan serta kejayaan di medan perang. Kedua, *logos* kuantitatif, yang menampilkan angka, data, dan statistik seperti jumlah kenderaan musuh yang dimusnahkan atau bilangan korban, sekali gus mengukuhkan bukti kejayaan secara empirikal. Ketiga, *logos* politik, iaitu hujah berasaskan fakta rundingan, gencatan senjata, dan pertukaran tawanan yang memperlihatkan keupayaan Hamas bukan sahaja di lapangan ketenteraan tetapi juga dalam arena diplomasi antarabangsa.

Oleh itu, elemen *logos* memainkan peranan penting dalam membina kredibiliti ucapan Abu Ubaidah kerana ia memberikan asas rasional dan bukti empirikal kepada hujah yang disampaikan. Melalui penggunaan fakta ketenteraan, data kuantitatif, dan hujah politik yang tersusun, ucapan beliau tidak hanya menyalakan semangat, tetapi turut menampilkan imej Hamas sebagai sebuah gerakan yang strategik, berdisiplin, dan rasional. Pendekatan ini memastikan mesej yang dibawa tidak sekadar emosional, tetapi juga berakar pada logik dan realiti, menjadikan ucapan tersebut lebih meyakinkan di mata audiens dalaman mahupun antarabangsa.

7.0 PERBINCANGAN

Kajian ini mendapati strategi retorik dalam ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa menonjolkan *potos* sebagai elemen dominan (36%), diikuti oleh *etos* (33%) manakala *logos* hadir pada tahap yang lebih sederhana (31%). Ucapan Abu Ubaidah memperlihatkan dominasi emosi melalui seruan jihad, solidariti rakyat, dan penghormatan terhadap syuhada. Penggunaan bahasa emosi yang sarat dengan gambaran penderitaan rakyat Palestin, kekejaman musuh, dan keagungan jihad untuk menyentuh hati audiens serta membangkitkan semangat perjuangan. Strategi ini penting kerana konteks peperangan memerlukan sokongan moral dan psikologi yang kuat. *Potos* dalam ucapan beliau bukan sahaja menyalakan api kemarahan terhadap musuh, tetapi juga menanamkan rasa bangga, keberanian, dan keyakinan bahawa perjuangan ini adalah suci serta dijamin kemenangan oleh Allah SWT.

Strategi ini menunjukkan bahawa fokus utama beliau bukan sekadar membina hujah rasional, tetapi menggerakkan audiens dengan kekuatan emosi yang mendalam.

Selepas *patos*, elemen *etos* muncul sebagai sokongan kedua. Abu Ubaidah membina kredibiliti dirinya sebagai jurucakap rasmi Hamas dengan menegaskan kedudukannya sebagai suara rasmi pejuang Palestin. Ucapannya kerap disandarkan kepada al-Qur'an, hadis, dan prinsip Islam, yang memberikan legitimasi moral dan spiritual. Hal ini menjadikan audiens melihat beliau bukan sahaja sebagai seorang pemimpin tentera, tetapi juga sebagai figura berwibawa yang membawa amanah agama. Dengan *etos* ini, ucapan beliau memperoleh autoriti yang diyakini, seterusnya memperkukuh pengaruhnya dalam kalangan pendengar.

Walaupun begitu, ucapan Abu Ubaidah tidak hanya bergantung kepada emosi dan kredibiliti. Data kajian menunjukkan bahawa *logos* digunakan secara signifikan untuk menyokong naratif perjuangan. Misalnya, dalam TU9, beliau mengemukakan statistik kuantitatif (22 kenderaan tentera musuh dimusnahkan), kronologi (hari ke-48 operasi), serta fakta politik (perjanjian gencatan senjata dan pertukaran tawanan). Ini membuktikan bahawa ucapan beliau mempunyai asas rasional yang konkrit, yang melengkapi daya tarikan emosional.

Secara keseluruhannya, teks ucapan Abu Ubaidah mengandungi kombinasi tiga elemen retorik Aristotle, namun elemen *patos* yang dominan merupakan strategi utama, diikuti *etos* dan seterusnya *logos*. Strategi persuasif ini wajar dengan konteks peperangan yang memerlukan motivasi emosi untuk menggerakkan tindakan dan solidariti, disokong oleh kredibiliti agama dan legitimasi politik, serta diperkukuh dengan fakta yang menjustifikasi dan memberi dimensi rasional perjuangan.

8.0 KESIMPULAN

Teks ucapan Abu Ubaidah semasa Operasi Taufan al-Aqsa memperlihatkan dominasi elemen *patos* (36%) melalui seruan jihad, pengorbanan, dan semangat perjuangan yang membangkitkan emosi serta menyatukan audiens, diikuti oleh *etos* (33%) yang meneguhkan kredibiliti beliau sebagai jurucakap berautoriti dan simbol kepercayaan, manakala *logos* (31%) digunakan dalam kadar yang lebih kecil melalui penyampaian fakta operasi, angka statistik, dan hujah politik bagi mengukuhkan legitimasi perjuangan. Keseluruhannya, ucapan beliau berfungsi sebagai senjata retorik yang menggabungkan emosi, kepercayaan, dan rasionaliti dalam mengartikulasikan perjuangan Palestin. Signifikan kajian ini terletak pada pendedahan bahawa dalam konteks konflik Palestin-Israel, ucapan politik bukan sahaja menyampaikan maklumat, tetapi juga berperanan sebagai alat strategi persuasif untuk mobilisasi emosi dan solidariti umat Islam global, sekaligus menegaskan kuasa retorik dalam membentuk kesedaran politik dan memperkukuh identiti perjuangan kontemporari.

Penghargaan

Kajian ini dijalankan dengan menggunakan geran universiti penyelidikan, kod projek: GUP-2022-034. Jutaan terima kasih kepada Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM) kerana memberi dana bagi menjalankan kajian ini.

Sumbangan Pengarang

Zailani, S. dan Farid, N. H., Pengenalan, perbincangan penyusunan idea, semakan gaya bahasa dan penyuntingan draf akhir; penyediaan keseluruhan artikel dilaksanakan secara kolektif.

Penolakan Tuntutan

Manuskrip ini belum diterbitkan di tempat lain dan semua penulis telah bersetuju dengan penyerahannya dan mengisytiharkan tiada konflik kepentingan pada manuskrip.

RUJUKAN

- Aisyah, M. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: A systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442-469.
- Anandati, F. & Sitorus, P. F. K. (2024). Mengartikan persuasi dalam media sosial: Studi pada kampanye influencer berdasarkan prinsip Pathos Aristoteles. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 424-429.
- Anin, H. F. & Manane, D. R. (2020). Logos, ethos dan pathos dalam ilmu manajemen pemasaran. *iE: Jurnal Inspirasi Ekonomi*, 2(1), 23-33.
- Aoua, K. (2025). Tamazzuhur rumūz al-muqāwamah al-Filasṭīniyyah fī khuṭbah Abī 'Ubaydah: dirāsah taḥlīliyyah sīmiyaw-thaqāfiyyah li-khuṭbah "Lā samaha Allāh", Uktūbar 2023. *al-Majallah al-Jazā'iriyyah li al-'Ulūm al-Ijtīmā'iyyah wa al-Insāniyyah*, 13(1), 277-294.
- Burke, M. (2008). Advertising Aristotle: A preliminary investigation into the contemporary relevance of Aristotle's art of rhetoric. *Found Sci*, 13, 295-305.
- Darweesh, A. D. & Mehdi, M. K. (2019). Persuasive strategies in Hillary Clinton's presidential campaign speeches. *Education and Linguistics Research*, 5(2), 75-87.
- Demirdogen, U. D. (2010). The root of research in (political) persuasion: Ethos, pathos, logos and the yale studies of persuasive communications. *International Journal of Social Inquiry*, 3(1), 189-201.
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A. & Irwansyah, I. (2021). Analisis retorika Aristoteles pada kajian ilmiah media sosial dalam mempersuasi publik. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81-103.
- Fauzan (2013). Persuasive strategies used in slogans of cigarette's advertisement. Tesis Sarjana Muda. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Gabrielsen, J. & Christiansen, T. J. (2010). *The Power of Speech*. Copenhagen: Hans Reitzels Forlag.
- Gagich, M. & Zickel, E. (2018). *A Guide to Rhetoric, Genre and Success in First-Year Writing*. Cleveland: MSL Academic Endeavors.
- Ghazani, A. Z. (2016). Study of persuasive strategies in selected American presidential speeches. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 3(2), 631-647.

- Hapsari, N. E., Fatinova, D. & Ardan, F. (2025). Analisis komunikasi persuasif capres 2024 dalam debat KPU (KAJIAN retorika Aristoteles). *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(1), 165-175.
- Herrick, J. A. (2020). *The History and Theory of Rhetoric: An Introduction*. New York: Routledge.
- Higgins, C. & Walker, R. (2012). Ethos, logos, pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports. *Accounting Forum*, 36(1), 194-208.
- Husna, I., Sefriyono, S., Zulfis, Z., Afril, R. & Banonah, N. A. (2024). Content analysis of Abu Ubaidah's speech on Aljazeeraubasher's instagram during operation al-Aqsa Tempest. *Center of Middle Eastern Studies Journal*, 17(2), 197-206.
- Isai, K. I. A., Lin, T. M., Ching, H. S., Selvajothi, R. & Maruthai, E. (2020). Using rhetorical approach of ethos, pathos and logos by Malaysian engineering students in persuasive email writings. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(4), 19-33.
- Kamil, S. M., Chai, N. C. & Ting, S. H. (2022). Logos, pathos and ethos in Mahathir Mohamad's speeches during his comeback as prime minister of Malaysia. *Trends in Undergraduate Research*, 5(1), f1-13.
- Kennedy, G. A. (1999). *Classical Rhetoric and its Christian and Secular Tradition from Ancient to Modern Times*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Maisarah, M. & Fanani, A. (2024). Analyzing the art of persuasion in advertising: a study of Grand Prix's Bliiblihome launch with Ringgo and Sabai. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 7(2), 165-175.
- Mercan, M. H. (2023) Operation al-Aqsa flood: A rupture in the history of the Palestinian resistance and its implications. *Insight Turkey*, 25(4), 79-91.
- Mshvenieradze, T. (2013). Logos, ethos and pathos in political discourse. *Theory & Practice in Language Studies*, 3(11), 1939-1945.
- Oktiani, Y. R. & Putri, E. J. (2022). Persuasive strategies in selected UNICEF speaker's speech. *Lingua Cultura*, 16(2), 215-222.
- Osman, Z., Ismail, S. F. S. & Yusoff, N. (2017). Retorik dalam pengucapan Strategik Lautan Biru. *Journal on Leadership and Policy*, 2(1), 108-125.
- Perloff, R. M. (2017). *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century* (6th ed.). New York: Routledge.
- Putri, R. A. & Panjaitan, Y. A. (2021). Persuasive strategies in Michelle Obama's speech at the "Hillary for America" campaign event in Manchester, New Hampshire. Dlm. Nazarudin, N. & Van Engelenhoven, A. (pnyt.). *On Language, Education, Politics, and Identity: A Cross-Linguistics Perspective*, hlm. 377-390. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Razak, N. A., Salleh, C. I. & Musa, H. (2016). Titah ucapan pembukaan Dewan Undangan Negeri Kelantan oleh Sultan Muhammad V: Satu analisis retorik. *Pertanika Mahawangsa*, 3(1), 85-93.
- Said, U. M. R., Arsyad, H., Haidar, A. & Al Farisi, M. Z. (2024). Politeness in language and speech events in war situations: Analysis of Abu Ubaidah's speech. *Lensa: Kajian Kebahasaan, Kesusastraan, dan Budaya*, 14(1), 104-125.

- al-Shakīliyyah, A. A. Ḥ. & al-Dāwūdī, Z. M. K. (2025). al-Istrātījiyyah al-
iqnā'īyyah fī al-khuṭab al-ḥarbiyyah: Khuṭab Abī 'Ubaydah al-nāṭiq al-
'askarī li-katā'ib al-shahīd 'Izz al-Dīn al-Qassām anumūdhajan. *Majallat al-'Ulūm
al-Tarbawīyyah wa al-Dirāsāt al-Insāniyyah*, 44, 122-138.
- Sharif, A. & Abdullah, F. S. (2014). Persuasive discourse in ceremonial speeches of
Mother Teresa: A critical review. *International Journal of Education and
Research*, 2(12), 319-332.
- Sīshī, Y., & Shāyib, Ṭ. (2024). Istrātījiyyat binā' al-khiṭāb al-siyāsī al-muqāwim:
Khuṭab Abī 'Ubaydah anumūdhajan. *Djoussour El-Maarefa*, 10(2), 606-615.
- Ulum, M. B. (2021). Perifrasa dalam retorika Presiden Mahmoud Abbas (Studi
balaghah perspektif politik). *Al Mi'yar: Jurnal Ilmiah Pembelajaran Bahasa
Arab dan Kebahasaaraban*, 4(2), 213-234.