

RETORIK PEMUJUKAN DALAM TEKS KESIHATAN DI LAMAN FACEBOOK

PERSUASIVE RHETORIC IN HEALTH TEXTS ON FACEBOOK

Hariri Ali IMRAN^{*1}
Nasihah HASHIM²
Maizatul Azura YAHYA³

^{1,2,3}*Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah, Universiti Utara Malaysia, 06010, Sintok,
Kedah Darul Aman, Malaysia.*

¹*m_hariri_ali@ahsgs.uum.edu.my*

²*h.nasihah@uum.edu.my*

³*maizatul@uum.edu.my*

Corresponding author*

Received: 4th December 2025

Accepted: 24th March 2026

ABSTRAK

Kajian ini meneliti penggunaan retorik pemujukan dalam teks kesihatan yang disampaikan melalui Facebook. Retorik pemujukan merujuk kepada cara penutur mempengaruhi emosi, persepsi dan tingkah laku audiens sasaran supaya bertindak selaras dengan hasratnya. Retorik juga berperanan penting dalam membentuk pemahaman dan kepercayaan audiens terhadap maklumat yang disampaikan. Dalam kajian ini, pemahaman dan kepercayaan tersebut merujuk secara khusus kepada penerimaan pengguna Facebook terhadap maklumat kesihatan yang dikongsikan melalui platform berkenaan. Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti dan menganalisis strategi retorik pemujukan dalam teks kesihatan. Data kajian berbentuk teks yang ditranskripsikan daripada enam video berkaitan penyakit jantung yang dimuat naik melalui halaman Facebook Dr. Noordin Darus pada tahun 2021. Berpandukan kerangka Retorik Moden Enos dan Brown (1993), analisis kandungan dilakukan terhadap teks berkenaan. Dapatan menunjukkan bahawa pemujukan rasional dan tidak rasional dibentuk melalui penggunaan kata perintah, partikel ‘-lah’, penegasan sifat, istilah saintifik, elemen agama dan eufemisme. Unsur-unsur ini digunakan sebagai strategi untuk menarik perhatian, membina keyakinan dan mendorong audiens mempertimbangkan tindakan yang disarankan. Retorik pemujukan, dengan itu, dapat membantu pakar kesihatan menyampaikan maklumat dengan cara yang berpotensi mempengaruhi pemikiran, sikap, kepercayaan dan tingkah laku audiens.

Kata kunci: retorik, pemujukan, komunikasi, kesihatan, Facebook.

ABSTRACT

This study examines persuasive rhetoric in health-related texts disseminated through Facebook. Persuasive rhetoric refers to the ways in which speakers influence the emotions, perceptions, and behavior of target audiences so that they act in accordance with the speaker's intentions. Rhetoric also plays an important role in shaping audiences' understanding of and trust in the information presented. In this study, these dimensions refer specifically to Facebook users' reception of health information shared on the platform. The study aims to identify and analyses persuasive rhetorical strategies in health texts. The data comprise transcripts of six videos on heart disease posted on Dr. Noordin Darus's Facebook page in 2021. Drawing on Enos and Brown's (1993) modern rhetoric framework, the texts were examined using qualitative content analysis. The findings show that rational and non-rational persuasion is constructed through imperatives, the particle *-lah'*, adjectival emphasis, scientific terminology, religious elements, and euphemism. These devices are used to attract attention, build confidence, and encourage audiences to consider the recommended actions. Persuasive rhetoric may therefore help health professionals communicate information in ways that influence audiences' thoughts, attitudes, beliefs, and behavior.

Keywords: rhetoric, persuasion, communication, health, Facebook.

Pengenalan

Kehidupan masyarakat mutakhir ini banyak dipengaruhi oleh media sosial sebagai saluran untuk mendapatkan maklumat dan memenuhi keperluan tertentu. Platform seperti Facebook, TikTok dan Instagram sudah menjadi kebiasaan dalam kalangan masyarakat, termasuk di Malaysia. Menurut Kemp (2025), potensi capaian iklan Facebook di Malaysia pada penghujung tahun 2025 ialah 23.0 juta pengguna, bersamaan 63.7% daripada jumlah penduduk. Laman sosial tersebut bukan sekadar ruang komunikasi untuk membina dan mengekalkan hubungan sesama manusia, malah turut menjadi medan perkongsian maklumat yang berkembang pesat pada abad ini (Fuzirah Hashim & Ahmad Aminuddin Soopar, 2022). Masyarakat semakin bergantung pada maklumat yang diperoleh melalui media sosial, dan sebahagian pengguna mempercayai maklumat berkenaan tanpa meneliti kesahihannya terlebih dahulu. Keterbukaan ruang komunikasi tersebut juga membolehkan sesiapa sahaja menyebarkan atau berkongsi maklumat melalui platform berkenaan.

Dalam pada itu, individu yang mempunyai autoriti atau kepakaran dalam bidang kesihatan seharusnya memainkan peranan penting dalam usaha menyampaikan maklumat kesihatan yang tepat kepada masyarakat, khususnya pengguna Facebook. Hal ini penting bagi mengelakkan masyarakat daripada terpedaya dengan maklumat palsu atau tidak sah berkaitan isu kesihatan. Oleh itu, pihak berwajib dan pakar kesihatan perlu memandang serius perkara ini dengan menyampaikan maklumat yang tepat, sah dan mudah difahami melalui media sosial. Pada masa yang sama, strategi retorik juga perlu diterapkan untuk mempengaruhi emosi, persepsi dan tindakan masyarakat ke arah kehidupan yang lebih sihat. Penggunaan retorik yang berkesan dalam penyampaian maklumat kesihatan berpotensi meningkatkan kefahaman masyarakat dan seterusnya menyokong usaha kerajaan menangani isu kesihatan dalam negara (Dewi Hj Samri & Haziq Aisha, 2021).

Sehubungan dengan itu, kajian ini dijalankan untuk mengenal pasti strategi retorik pemujukan yang digunakan dalam penyampaian maklumat kesihatan, khususnya berkenaan pelbagai langkah pencegahan dan rawatan penyakit jantung melalui Facebook. Oleh sebab kajian tentang retorik kesihatan yang melibatkan teks atau data yang dihasilkan oleh pakar kesihatan masih terhad, kajian ini merupakan tinjauan awal untuk meneroka perkara tersebut. Pemilihan Facebook sebagai platform sumber data selaras dengan penelitian Sarah Nur Najwa Mohd Nasir dan Maslida Yusof (2022), yang menunjukkan bahawa media sosial merupakan sumber data yang penting dalam kajian bahasa komunikasi di internet. Oleh itu, kajian ini membincangkan penggunaan retorik pemujukan dalam teks kesihatan yang disampaikan melalui laman sosial Facebook.

Kepelbagaian Penggunaan Facebook

Facebook bermula sebagai medium komunikasi tanpa sempadan yang diasaskan oleh Mark Zuckerberg ketika beliau masih menjadi pelajar di Universiti Harvard pada tahun 2004. Pada peringkat awal, pendaftaran hanya dibuka kepada pelajar universiti tersebut, dan seramai 4,300 orang mendaftar sebagai pengguna dalam tempoh dua minggu pertama. Populariti Facebook terserlah melalui fungsinya yang membolehkan seseorang berhubung dengan individu lain tanpa perlu bersemuka. Populariti platform tersebut kemudiannya berkembang ke seluruh dunia dan menjadikan Facebook sebagai salah satu medium komunikasi sosial yang utama. Di Malaysia, Facebook digunakan untuk bersosial, mengekalkan hubungan, mencari maklumat dan menyertai komuniti maya (Mohd Zaidi Mahmud & Bahiyah Omar, 2013). Perkembangan ini menunjukkan bahawa Facebook bukan sahaja berfungsi sebagai ruang perhubungan sosial, tetapi juga sebagai saluran perkongsian maklumat kepada khalayak yang luas.

Pada peringkat awal, Facebook digunakan terutamanya untuk menghubungkan individu. Platform tersebut kemudiannya dinaik taraf sehingga membolehkan penggunaanya berkomunikasi,

berkongsi kandungan dan bertukar maklumat antara satu sama lain (Nasrullah, 2015). Perkembangan fungsi Facebook sebagai alat perkongsian maklumat mengukuhkan kewajaran pemilihan aplikasi berkenaan sebagai sumber data dalam kajian ini. Richter dan Koch (2008) turut berpendapat bahawa perkhidmatan rangkaian sosial berfungsi sebagai alat untuk mencari pakar dan mengurus pertukaran maklumat. Oleh itu, Facebook wajar dijadikan medan pengumpulan data kerana platform tersebut mengandungi pelbagai maklumat penting yang dikongsi oleh individu berautoriti dalam bidang tertentu, khususnya bidang kesihatan.

Kajian Retorik dalam Bidang Kesihatan

Kajian retorik dalam bidang kesihatan telah dibincangkan oleh ramai penyelidik dari dalam dan luar negara. Berdasarkan penelitian pengkaji, kajian retorik pemujukan dalam bidang kesihatan semakin berkembang, khususnya selepas penularan wabak COVID-19. Dalam konteks penyelidikan ini, retorik pemujukan dalam bidang kesihatan merujuk kepada kajian yang membincangkan isu kesihatan melalui lensa retorik. Kajian sedemikian telah dijalankan oleh beberapa penyelidik luar negara (Asim Ayed Alkhawaldeh, 2021; Dewi Hj Samri & Haziq Aisha, 2021; Dimas Ahmad Rifandi & Irwansyah, 2021; Iqbal et al., 2020). Dimas Ahmad Rifandi dan Irwansyah (2021) membincangkan retorik jurucakap Satuan Tugas COVID-19 melalui saluran YouTube. Kajian tersebut mendapati bahawa lima kanun retorik yang diuraikan oleh Aristotle (1991), iaitu *invention*, *arrangement*, *style*, *memory* dan *delivery*, diberi penekanan untuk mempengaruhi pemikiran serta tindakan masyarakat supaya tidak melakukan perkara yang boleh menggugat kesejahteraan negara. Dewi Hj Samri dan Haziq Aisha (2021) pula membincangkan teknik retorik sebagai unsur penting dalam penyampaian maklumat kesihatan oleh pihak kerajaan kepada masyarakat. Dapatan kajian mereka menunjukkan bahawa penggunaan retorik selaras dengan matlamat kerajaan untuk memberikan maklumat, pendedahan dan pengaruh positif kepada masyarakat agar bertindak seperti yang dihasratkan. Berbeza daripada kajian tersebut, Asim Ayed Alkhawaldeh (2021) meneliti gaya retorik pemimpin di Jordan semasa krisis COVID-19. Hasil kajiannya menunjukkan penggunaan strategi seperti pengulangan, metafora, kata ganti nama diri inklusif, pujian sendiri, amaran dan petikan agama untuk memujuk rakyat agar bertindak selaras dengan kehendak pemerintah. Selain itu, Iqbal et al. (2020) meneroka strategi retorik dalam ucapan Perdana Menteri Pakistan ketika usaha membendung COVID-19. Dapatan mereka menunjukkan bahawa penghujahan dan penggunaan ungkapan tegas dimanfaatkan untuk mempengaruhi persepsi serta kepercayaan rakyat terhadap maklumat yang disampaikan.

Di Malaysia, kajian retorik kesihatan telah dibincangkan oleh Hariri Ali Imran dan Nasihah Hashim (2023), Muhammad Faizul Abd Hamid et al. (2022), Hariri Ali Imran dan Nasihah Hashim (2022), Wan Azura Wan Ahmad dan Ahmad Fazullah Mohd Zainal Abidin (2021), serta Nasihah Hashim et al. (2020). Kajian Hariri Ali Imran dan Nasihah Hashim (2023) berkaitan dengan teks kesihatan yang disampaikan oleh dua orang pakar kesihatan melalui Facebook berdasarkan retorik pemujukan Aristotle, iaitu *ethos*, *pathos* dan *logos*. Dapatan kajian menunjukkan bahawa teks kesihatan tersebut memanfaatkan ketiga-tiga elemen berkenaan untuk mempengaruhi emosi, keyakinan dan kepercayaan pengguna Facebook terhadap maklumat yang disampaikan. Muhammad Faizul Abd Hamid et al. (2022) pula mengkaji strategi retorik dalam teks perutusan khas berkaitan Perintah Kawalan Pergerakan. Penemuan kajian menunjukkan penggunaan empat strategi retorik, iaitu ekspositori, eksplanatori, argumentatif dan ekspresif, dalam usaha meyakinkan masyarakat terhadap arahan kerajaan untuk menangani krisis kesihatan. Kajian tersebut berguna sebagai rujukan kepada pihak yang merangka teks ucapan agar penyampaiannya lebih jelas dan menarik. Sementara itu, Hariri Ali Imran dan Nasihah Hashim (2022) memperlihatkan penggunaan retorik naratif dalam teks perutusan khas Perdana Menteri Malaysia kelapan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas kepada masyarakat tentang maklumat berkaitan COVID-19. Hasil kajian menunjukkan kepentingan teknik naratif dalam mengurangkan salah faham antara pemimpin dengan rakyat ketika menghadapi krisis kesihatan. Wan Azura Wan Ahmad dan Ahmad Fazullah Mohd Zainal Abidin (2021) pula meneliti bahan akhbar, dokumen, artikel jurnal dan buku dengan menggunakan perspektif retorik al-Quran. Hasil kajian mereka menunjukkan bahawa retorik al-Quran dapat membantu mengawal emosi masyarakat ketika berhadapan dengan berita palsu

yang menimbulkan ketakutan dan keresahan semasa pandemik. Retorik dalam khutbah Jumaat pula dikaji oleh Nasihah Hashim et al. (2020). Kajian tersebut mendapati bahawa khatib memanfaatkan strategi persuasif berbentuk seruan untuk menyampaikan nasihat, cadangan, doa dan penghargaan kepada jemaah supaya sentiasa peka terhadap situasi semasa serta bertindak selaras dengan maklumat yang ditetapkan oleh kerajaan. Secara ringkasnya, kebanyakan kajian terdahulu tentang retorik kesihatan lebih memfokuskan isu COVID-19 dan teks yang disampaikan oleh pemimpin negara atau agamawan.

Memandangkan kajian terdahulu lebih tertumpu pada teks kesihatan yang disampaikan oleh pemimpin negara dan agamawan, kajian ini meneliti teks kesihatan yang disampaikan oleh seorang pakar kesihatan. Teks yang disampaikan oleh pakar kesihatan mempunyai kelebihan dari segi autoriti dan berpotensi membina keyakinan audiens dengan lebih berkesan (Amida Abdulhamid, 2015). Walaupun Dimas Ahmad Rifandi dan Irwansyah (2021) serta Hariri Ali Imran dan Nasihah Hashim (2023) turut memfokuskan teks kesihatan yang disampaikan oleh pihak berautoriti, kajian mereka lebih tertumpu pada isu COVID-19. Oleh itu, penelitian terhadap retorik pemujukan dalam maklumat penyakit jantung dapat memperluas skop kajian retorik kesihatan.

Metodologi

Kajian kualitatif ini dijalankan terhadap teks kesihatan yang disampaikan oleh seorang pakar kesihatan Malaysia melalui Facebook. Analisis kajian tertumpu pada teks kesihatan oleh Dr. Noordin Darus kerana beliau aktif menghasilkan dan berkongsi video berbanding beberapa pakar kesihatan lain. Beliau kerap menyampaikan ilmu serta maklumat tentang pelbagai isu kesihatan, termasuk penyakit jantung, melalui halaman Facebooknya (Noordin Darus, n.d.). Berdasarkan penelitian pengkaji, sebanyak 214 video telah dimuat naik pada tahun 2021 dan setiap video menerima jumlah tontonan yang berbeza. Walau bagaimanapun, kajian ini hanya memfokuskan video yang berkaitan dengan penyakit jantung. Setelah disaring, enam video yang membincangkan isu tersebut dipilih, selaras dengan enam transkripsi yang dikemukakan dalam bahagian dapatan. Pemilihan isu penyakit jantung adalah relevan kerana penyakit jantung iskemik merupakan penyebab utama kematian yang disahkan secara perubatan di Malaysia pada tahun 2024, dengan 17,421 kematian atau 13.0% (Department of Statistics Malaysia, 2025). Keenam-enam video tersebut mempunyai jumlah durasi kira-kira dua jam, dimuat turun daripada halaman Facebook Dr. Noordin Darus dan ditranskripsikan secara verbatim. Analisis retorik pemujukan dijalankan berlandaskan kerangka Retorik Moden Enos dan Brown (1993). Dalam pengoperasian kajian ini, kerangka tersebut merangkumi lima kategori, iaitu penghujahan, pendedahan, penerangan, pemujukan dan penceritaan. Kajian ini hanya membincangkan kategori pemujukan, iaitu penggunaan bahasa untuk mempengaruhi emosi, persepsi dan tingkah laku audiens supaya bertindak selaras dengan hasrat penutur. Tatacara analisis dimulakan dengan menonton video secara berulang, menyediakan transkripsi dan mengenal pasti unsur bahasa yang berfungsi sebagai strategi pemujukan. Data kemudiannya dianalisis menggunakan kaedah analisis kandungan kualitatif.

Analisis Data dan Perbincangan

Dapatan kajian tertumpu pada teks kesihatan Dr. Noordin Darus di Facebook yang mengandungi unsur retorik pemujukan. Teks yang dipilih dan dibincangkan terdiri daripada petikan yang memperlihatkan penggunaan strategi pemujukan. Berdasarkan penelitian terhadap data tersebut, retorik pemujukan dimanfaatkan untuk membina keyakinan audiens terhadap maklumat kesihatan yang disampaikan. Retorik pemujukan lazim digunakan dalam bidang perniagaan, pengiklanan dan politik untuk membantu penutur mencapai objektif tertentu (Dewi Hj Samri & Haziq Aisha, 2021). Dalam konteks kesihatan, penggunaan bahasa persuasif memfokuskan pengaruh terhadap emosi, persepsi dan tingkah laku audiens supaya mereka mempertimbangkan tindakan yang disarankan. Retorik pemujukan dalam kajian ini dibahagikan kepada dua kategori, iaitu pemujukan rasional dan pemujukan tidak rasional. Pemujukan rasional lebih mementingkan hujah yang berasas dan logik, manakala pemujukan tidak

rasional lebih terarah pada penyampaian yang menyentuh emosi audiens (Siti Noridayu Abd. Nasir & Hazlina Abdul Halim, 2024).

Berdasarkan penelitian terhadap teks kesihatan tersebut, pengkaji mendapati bahawa dua jenis retorik pemujukan digunakan, iaitu pemujukan rasional dan pemujukan tidak rasional. Dari segi pemujukan rasional, maklumat yang disampaikan disertai hujah, penjelasan dan fakta untuk mengukuhkan kenyataan penutur. Selain itu, kewibawaan dan autoriti penutur sebagai pakar kesihatan turut menyumbang kepada pembinaan keyakinan audiens. Menurut Amida Abdulhamid (2015), audiens lebih cenderung mempercayai maklumat yang disampaikan oleh individu yang mempunyai kepakaran dalam bidang berkaitan. Dari segi pemujukan tidak rasional pula, kajian mendapati bahawa penutur mengetengahkan unsur yang dapat menyentuh emosi dan perasaan audiens untuk mendorong mereka mempertimbangkan tindakan tertentu.

Dalam petikan data berikut, teks kesihatan yang dipilih dikekalkan dalam bentuk transkripsi asal dan ditulis dalam huruf condong. Huruf condong dan tebal menandai unsur retorik pemujukan yang menjadi fokus analisis.

a) Transkripsi Video No. 009: Retorik Pemujukan Rasional Menggunakan Kata Perintah ‘jangan’ dan ‘tolong’ serta Ungkapan Harapan

Contoh berikut menunjukkan bahawa retorik pemujukan rasional menggunakan kata perintah untuk melarang, memberikan peringatan, mengarah, menegur dan menyeru audiens supaya bertindak selaras dengan hasrat penutur. Perkara ini dapat diteliti melalui penggunaan kata perintah ‘jangan’ dan ‘tolong’ serta ungkapan harapan yang disertai hujah atau justifikasi tertentu untuk mengukuhkan kenyataan yang disampaikan.

Data 1:

*Ok, nombor satu yang ini kita jarang ambil. kita cari Flaxseed. Flaxseed ni dia biji macam biji-biji dekat sama size dengan biji selasih semua tu kan, you kena tumbuk dia. Dia ada jual oil Flaxseed dalam botol hitam tu. Kalau nak beli Flaxseed, **jangan** beli botol yang clear, ok dan tengok dia punya date betul-betul sebab dia sangat sensitif kepada matahari ataupun cahaya. Baik sangat untuk mengurangkan masalah kolesterol ni supaya tidak kena plak tu.*

Teknik pemujukan rasional dalam Data 1 menekankan penggunaan kata perintah ‘jangan’ untuk mempengaruhi persepsi dan tindakan audiens yang ingin menggunakan produk biji rami (*flaxseed*). Biji rami daripada keluarga Linaceae mengandungi pelbagai komponen bioaktif yang dikaitkan dengan manfaat kesihatan kardiometabolik (Shim et al., 2024). Petikan tersebut memperlihatkan larangan membeli minyak biji rami yang dijual dalam botol jernih, di samping mengingatkan audiens supaya meneliti tarikh produk kerana minyak tersebut sensitif terhadap cahaya. Penggunaan kata perintah ‘jangan’ bukan sekadar menyatakan larangan, tetapi turut disertai penjelasan yang memberikan pengetahuan baharu kepada audiens tentang pemilihan produk yang sesuai dan cara penyimpanannya. Dengan demikian, arahan tersebut berfungsi sebagai pemujukan rasional kerana penutur memberikan sebab yang menyokong tindakan yang disarankan.

Data 2:

*Saya bagi lagi nuts ni. Nuts ni tak semua, dia tak tulis ni kacang tanah. Dia tak tulis. Bererti kacang tanah is out. Memang betul pun saya tak bagi dia kacang tanah. Satu lagi kalau tak salah saya, saya tulis tadi Brazil Nuts. Yang besar-besar tu. Okay So **jangan** lupa. Baik so dah tulis, nuts apa yang nak pilih nanti. Pergi ke kedai Arab tu banyak jual.*

Teknik pemujukan rasional dalam Data 2 menumpukan penggunaan kata perintah 'jangan' untuk memberikan peringatan kepada audiens agar tidak mengabaikan amalan pemakanan yang lebih sihat, khususnya pemilihan kacang Brazil. Kacang Brazil daripada keluarga *Lecythidaceae* mengandungi selenium serta beberapa sebatian bioaktif yang berpotensi menyokong kesihatan kardiovaskular (Yang, 2009). Dalam petikan tersebut, penutur mengingatkan audiens supaya tidak lupa mempertimbangkan kacang Brazil sebagai pilihan makanan bagi menjaga kesihatan. Penggunaan kata perintah 'jangan' memperlihatkan bahawa penutur tidak mahu audiens mengabaikan makanan yang dianggap bermanfaat. Sebelum itu, penutur turut memberikan peringatan supaya audiens mengehadkan pengambilan kacang tanah. Keseluruhan penjelasan tersebut membentuk pemujukan rasional kerana saranan disertai dengan alasan berkaitan pemilihan makanan.

Data 3:

*Sebab cara kita punya gaya hidup dan cara makan, cara stress, cara toxic substance dan sebagainya, semua ni boleh kena nanti kalau kita tak berhati-hati. So, siapa yang ada nak jaga sesiapa atau adik-adik **tolong** dengar dulu tentang masalah ni ok? sebab sebenarnya, zaman moden ni orang putih kata dah ada goodbye untuk heart attack, maksudnya heart attack ni dah boleh reverse ataupun bukan heart attack maksudnya blok-blok dan plak-plak ni dan boleh reverse.*

Teknik pemujukan rasional dalam Data 3 menunjukkan penggunaan kata perintah 'tolong' untuk mempengaruhi tindakan audiens supaya terus memberikan tumpuan kepada maklumat kesihatan yang ingin disampaikan. Kata perintah tersebut digunakan untuk memujuk audiens agar menyedari kepentingan pengetahuan tentang penyakit jantung serta memahami bahawa risikonya dapat dikurangkan sekiranya langkah pencegahan dipandang serius. Penggunaan kata 'tolong' juga menghasilkan nada rayuan yang dapat menyentuh emosi audiens dan mendorong mereka terus mengikuti ucapan penutur. Maklumat tersebut bukan sahaja bermanfaat kepada diri audiens, tetapi juga kepada ahli keluarga dan orang di sekeliling mereka. Oleh itu, kata perintah berkenaan memperlihatkan gabungan arahan, rayuan dan alasan yang menyokong pemujukan rasional.

Data 4:

*Okay cukup dulu pada malam ni saudara saudari sekalian. Saya **mengharapkan** anda belajar siapa nak reverse tu secara kesimpulan.*

Teknik pemujukan rasional dalam Data 4 memperlihatkan penggunaan ungkapan harapan untuk mempengaruhi tindakan audiens supaya tidak mensia-siakan maklumat kesihatan yang dipelajari. Petikan tersebut menunjukkan bahawa frasa 'Saya mengharapkan anda belajar' digunakan untuk mengingatkan audiens secara lebih halus dan merayu mereka supaya memperoleh sesuatu daripada setiap maklumat yang dikongsikan oleh penutur. Berbanding dengan kata perintah yang bersifat langsung, ungkapan harapan memberikan ruang kepada audiens untuk membuat pertimbangan sendiri. Kaedah ini juga berpotensi menyentuh emosi audiens dan mendorong mereka mengamalkan pengetahuan yang diperoleh demi menjaga kesihatan diri. Oleh itu, ungkapan harapan berfungsi sebagai salah satu strategi pemujukan yang bersifat rasional dan berhemah.

b) Transkripsi Video No. 010: Retorik Pemujukan Menggunakan Elemen Agama

Retorik pemujukan yang menggunakan elemen agama berfungsi untuk meyakinkan audiens terhadap maklumat yang disampaikan. Kaedah ini dapat mengukuhkan kepercayaan audiens terhadap mesej penutur, di samping merangsang emosi dan mendorong tindakan yang positif melalui nilai keagamaan yang dekat dengan kehidupan mereka.

Data 5:

Yang paling sukar sebenarnya yang saya nak cerita ni. Iaitu stress management. Dia yang paling susah. Sebab siapa? Siapa tahu kenapa? Dia yang paling susah sebab sebab tak ada ubat. Kalau saya boleh jual pil. Ayuh makan pil ni. You of course kalau ambil drug semua itu adalah kan. Saya yang

*rekomenkan mokona dekat you pun tak ramai orang ambil siapa pun. Dia sangka dia boleh mengawal stress. Dia apa saja yang meningkatkan happy hormone seperti endolfin semua itu kadang-kadang kalau dah ada jual pharmacy dah lama buat dah. Boleh kaya raya dah. Tak ada jual. So you kena belajar stress management teknik dan yang paling afdal ialah dengan **mendekati dengan Allah SWT...***

Teknik retorik pemujukan dalam Data 5 menggunakan elemen agama melalui ungkapan 'mendekatkan diri kepada Allah'. Ungkapan tersebut berfungsi menyentuh emosi audiens dan mengajak mereka menyedari bahawa pengurusan tekanan bukan sahaja melibatkan aspek fizikal, tetapi juga boleh disokong oleh amalan kerohanian. Penutur menyatakan bahawa tidak semua masalah dapat ditangani melalui ubat semata-mata dan mencadangkan pendekatan kerohanian sebagai salah satu kaedah mengurus tekanan. Hal ini penting kerana tekanan merupakan antara faktor yang boleh menjejaskan kesihatan jantung. Dengan demikian, penerapan elemen agama bukan sekadar mendorong audiens mendekatkan diri kepada Pencipta, tetapi juga menghubungkan amalan kerohanian dengan usaha membina gaya hidup yang lebih seimbang dan sihat.

Data 6:

Tuhan bagi rezeki ni dahsyatlah untuk orang Peru ni. Kalaulah dia orang tahu betapa untungnya sebab dia menjaga pembuluh darah kan saya cerita dia menjaga otak dan menjaga jantung...

Penggunaan ungkapan 'Tuhan bagi rezeki' dalam Data 6 menghubungkan nikmat kesihatan dengan kepercayaan terhadap kekuasaan Tuhan. Dalam konteks petikan tersebut, penutur menggambarkan kesihatan otak dan jantung sebagai rezeki yang dapat dipelihara melalui usaha menjaga pembuluh darah. Ungkapan itu digunakan untuk meyakinkan audiens bahawa manusia dikurniakan sumber dan keupayaan untuk menjaga kesihatan. Pada masa yang sama, strategi tersebut dapat mempengaruhi emosi serta persepsi audiens dengan membangkitkan rasa syukur dan tanggungjawab terhadap tubuh. Elemen agama berkenaan juga secara tidak langsung mendorong audiens mengamalkan pemakanan dan gaya hidup yang lebih sihat. Hal ini menunjukkan bahawa penggunaan elemen agama dapat menguatkan mesej kesihatan dengan menghubungkannya kepada nilai kepercayaan yang dipegang oleh audiens.

Data 7:

*(Awal ucapan) **Assalamualaikum wr. wb.** Saudara Saudari sekalian. Ok sudah masuk semua. Kita bersedia untuk majlis pada hari ini yaitu menceritakan tentang... (Akhir ucapan) Ok kita dah habis, **Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.** Terima kasih banyak Okay bye.*

Data 7 menunjukkan penggunaan lafaz salam pada awal dan akhir ucapan. Penggunaan salam sebagai pembuka dan penutup komunikasi bertujuan membina hubungan yang santun serta menarik perhatian audiens terhadap mesej yang disampaikan. Lazimnya, audiens Muslim akan memberikan tindak balas terhadap salam, sekali gus mewujudkan hubungan awal antara penutur dengan pendengar. Menurut Mohd Syafiq Mohd Zunaidi dan Yabit Alas (2023), penggunaan salam dalam pengucapan dapat membantu menarik perhatian audiens terhadap kandungan ucapan. Dalam konteks ini, elemen agama bukan sahaja berfungsi sebagai amalan kesantunan, tetapi juga sebagai strategi untuk memulakan interaksi, membina keakraban dan mengekalkan penglibatan audiens sepanjang penyampaian berlangsung.

c) Transkripsi Video No. 186: Retorik Pemujukan Menggunakan Partikel '-lah'

Partikel '-lah' merupakan salah satu kata penegas yang digunakan untuk memberikan penegasan atau penekanan tertentu dalam ayat. Partikel ini juga berfungsi sebagai bentuk pengukuhan terhadap perintah, permintaan atau peringatan yang disampaikan kepada audiens (Nik Safiah Karim et al., 2006). Dalam retorik pemujukan, penggunaan partikel '-lah' dapat menonjolkan sesuatu perkara yang dianggap penting, sekali gus mempengaruhi perhatian, emosi dan tindakan audiens.

Data 8:

*Tapi yang lebih afdal bayam, brokoli. Kalau saya itu, selalunya masuk apa? Masuk semua ulam. Ulam raja, especially ulam tenggek burung. ulam, **ambillah** pegaga, no problem. You ambil je apa yang suka.*

Dalam Data 8, partikel ‘-lah’ digabungkan dengan kata kerja ‘ambil’ untuk memberikan penekanan kepada audiens tentang kepentingan mengambil makanan yang sihat, seperti ulam dan pegaga. Bentuk ‘ambillah’ menghasilkan nada saranan yang tegas tetapi masih mesra. Penggunaan partikel tersebut pada saranan berkaitan pegaga menonjolkan keutamaan yang diberikan oleh penutur kepada makanan berkenaan berbanding pilihan lain. Penegasan ini dapat mempengaruhi pertimbangan audiens ketika memilih makanan harian. Dengan demikian, partikel ‘-lah’ bukan sahaja menguatkan kata kerja, tetapi juga mengarahkan perhatian audiens kepada tindakan yang disarankan oleh penutur.

Data 9:

*Jadi malam ni bagi mereka yang dah pernah kena heart attack ataupun yang planning nak kena heart attack. Kenapa saya kata planning nak kena high attack, kita sama-sama senyum lah kan dah **faham-fahamlah** kan. Sebab cara kita punya gaya hidup dan cara makan, cara stress, cara toxic substance dan sebagainya, semua ni boleh kena nanti kalau kita tak berhati-hati.*

Data 9 menunjukkan penggunaan partikel ‘-lah’ dalam bentuk ‘faham-fahamlah’ untuk menegaskan bahawa perkara yang dibincangkan dianggap sudah diketahui oleh audiens. Penutur mengandaikan bahawa mereka sedia maklum tentang hubungan antara gaya hidup, pemakanan, tekanan dan risiko penyakit jantung. Kaedah tersebut mendorong audiens menilai semula amalan yang dilakukan selama ini tanpa penutur perlu menghuraikannya secara panjang lebar. Penggunaan partikel berkenaan secara tidak langsung memberikan penekanan kepada audiens supaya berfikir dan bertindak dengan lebih baik bagi mengurangkan risiko penyakit jantung. Situasi ini menunjukkan bahawa pemujukan pada tahap kognitif penting untuk menghasilkan tindak balas atau pertimbangan yang sewajarnya.

Data 10:

***Inilah** banyak kajian yang saya baca ni. Hampir lebih daripada 60-70% Orang yang dah kena high attack orang yang dah pergi bypass, Orang yang dah pergi angiogram, Orang yang dah pergi apa lagi buat stand semua tu kan? Kan kita pergi ke IJN semua tu kan. Hampir 60% daripada mereka akan kena balik. Sebab apa? Bukan masalah IJN buat tak betul. Masalah kita pergi balik ke gaya hidup yang lama terutama sekali makanan.*

Dalam Data 10, partikel ‘-lah’ hadir pada kata ‘inilah’ untuk menegaskan kajian yang dirujuk oleh penutur tentang gaya hidup individu yang pernah mengalami penyakit jantung. Bentuk ‘inilah’ berfungsi sebagai penegas atau penguat terhadap bukti yang dikemukakan mengenai kemungkinan berulangnya masalah kesihatan apabila pesakit kembali kepada gaya hidup lama. Kaedah pemujukan tersebut berpotensi mempengaruhi sikap dan tingkah laku audiens supaya lebih berhati-hati serta mengamalkan gaya hidup yang sihat, khususnya dari segi pemakanan. Penggunaan rujukan kepada kajian juga menonjolkan kredibiliti penutur sebagai pakar kesihatan yang tidak bercakap berdasarkan andaian semata-mata, tetapi berasaskan ilmu dan bahan yang telah dibaca atau diteliti.

d) Transkripsi Video No. 200: Retorik Pemujukan Menerusi Penegasan Sifat

Pemujukan menerusi penegasan sifat dilakukan untuk memberikan penekanan pada ciri sesuatu peristiwa, situasi, manusia atau perkara tertentu. Strategi ini juga berfungsi untuk menarik perhatian audiens supaya lebih fokus dan peka terhadap maklumat yang disampaikan (Dewi Hj Samri & Haziq Aisha, 2021).

Data 11:

*Anda semua tahu kan, number one killer in the world masih lagi yang diterajui oleh heart attack. Ramai orang mati **lebih** daripada covid, **lebih** daripada penyakit flu dan sebagainya, **lebih** daripada accident semua, masih lagi number one, heart problem ataupun heart attack lah bila dah meninggal tu, ok.*

Dalam Data 11, pemujukan menerusi penegasan sifat diperlihatkan melalui penggunaan frasa 'lebih daripada'. Frasa tersebut memberikan penekanan terhadap dakwaan bahawa penyakit jantung lebih berbahaya berbanding COVID-19, influenza dan kemalangan. Kaedah ini bertujuan menarik perhatian serta mempengaruhi pemikiran audiens supaya menganggap penyakit jantung sebagai perkara serius yang perlu diberi perhatian. Penegasan perbandingan tersebut mengarahkan fokus audiens kepada tahap risiko yang ingin ditonjolkan oleh penutur. Secara tidak langsung, strategi ini mendorong audiens memberikan perhatian yang lebih serius terhadap maklumat kesihatan yang disampaikan (Dewi Hj Samri & Haziq Aisha, 2021).

e) Transkripsi Video No. 213: Retorik Pemujukan Menerusi Istilah Saintifik

Istilah saintifik lazim digunakan dalam wacana rasmi atau bidang khusus yang berkaitan dengan subjek perbincangan. Dalam konteks kajian ini, istilah berkenaan digunakan dalam bidang perubatan. Penggunaan istilah saintifik dapat menarik perhatian audiens supaya terus peka terhadap perkara yang diperkatakan. Istilah tersebut juga menjadikan topik yang dibincangkan kelihatan lebih serius dan secara tidak langsung berpotensi mempengaruhi tindakan serta keyakinan audiens terhadap maklumat berkenaan. Dalam retorik pemujukan, istilah saintifik turut membantu membina kredibiliti penutur apabila disertai penerangan yang mudah difahami (Dewi Hj Samri & Haziq Aisha, 2021).

Data 12:

*Yang buat kajian, dengar ni 12 hingga 14 tahun. 60% daripada mereka dah ada **Atherosclerosis**. **Atherosclerosis** itu maksudnya apa? **Athero** itu maksudnya dia punya line pembuluh darah. **Sclerosis** itu maksudnya dia punya.. ni lah, lekatan-lekatan plak tadi lah yang kita cuba nak vacuum malam ni ataupun nak bersihkan nak cuci lah katakan boleh ke tak boleh? jadi kalau tak boleh, takkan saya nak buat cerita ni, betul tak? jadi macam cerita omong kosong pula.*

Data 12 menunjukkan penggunaan istilah saintifik 'aterosklerosis', yang diterangkan oleh penutur sebagai keadaan berkaitan pembentukan plak pada salur darah. Penggunaan istilah tersebut dapat menarik perhatian audiens dan mendorong mereka terus mengikuti isu yang diperkatakan. Pada masa yang sama, penutur memberikan penerangan ringkas dalam bahasa yang lebih mudah supaya istilah perubatan itu dapat difahami. Strategi ini menonjolkan pengetahuan khusus penutur sebagai pakar kesihatan dan berpotensi meningkatkan keyakinan serta kepercayaan audiens terhadap maklumat yang dibincangkan.

f) Transkripsi video No. 224: Retorik Pemujukan Menerusi Unsur Eufemisme

Eufemisme atau kata penghalusan lazim digunakan untuk menggantikan istilah atau perkataan yang dianggap kasar, sensitif, tidak sopan atau berpotensi menyinggung perasaan orang lain. Eufemisme merujuk kepada kata atau bentuk yang mempunyai makna lebih sopan berbanding perkataan yang digantikannya (Abdul Chaer, 2013). Dalam komunikasi kesihatan, penggunaan eufemisme dapat membantu penutur membincangkan perkara sensitif dengan lebih santun dan sesuai dengan latar audiens.

Data 13:

*Seperti bahasa sains dia panggil nitric oxide. Dalam body kita, ada satu yang dinamakan nitric oxide. Nitric oxide ni sentiasa body kita, Tuhan bagi, dia akan keluar. untuk membuka supaya tidak terkuncup, tutup pembuluh darah itu supaya senang darah itu berjalan. jadi NO nitric oxide ini sentiasa kalau anda ambil Vigra pun dia bagi nitric oxide itu lah jadi kembang ke bahagian **adik you** tu. Tapi untuk tujuan yang ini secara natural, kalau anda makan betul kurang stress dan tak ada toksik substance dia akan senang keluar nitric oxide. Nitric oxide ini lah akan menyelamatkan supaya dia tidak, kalau pun nak blok dia akan terbuka balik*

Data 13 menunjukkan penggunaan eufemisme ‘adik you’ yang merujuk kepada alat sulit lelaki. Penggunaan bentuk penghalusan tersebut mewujudkan rasa lebih selesa kepada audiens untuk terus mengikuti perbincangan tentang perkara sensitif. Strategi ini penting kerana audiens yang mengikuti perkongsian tersebut terdiri daripada pelbagai latar belakang dan tahap penerimaan. Eufemisme bukan sahaja dapat mengurangkan kemungkinan audiens berasa tersinggung atau meninggalkan sesi berkenaan, malah turut menyerlahkan kesantunan penutur. Penggunaan bahasa yang berhati-hati membantu penutur menjaga kredibiliti serta perasaan audiens. Oleh itu, eufemisme berfungsi sebagai strategi pemujukan yang mengekalkan keselesaan komunikasi tanpa menjejaskan penyampaian maklumat kesihatan.

Berdasarkan teks kesihatan yang dibincangkan, retorik pemujukan digunakan untuk melarang, menasihati dan mengingatkan pengguna media sosial tentang langkah menangani serta mengurangkan risiko penyakit jantung. Julaina Nopiah dan Nurfatihah Izzati Samarrudin (2024) menjelaskan bahawa retorik pemujukan lazim digunakan dalam bidang politik dan perniagaan untuk memperoleh kepercayaan serta persetujuan audiens terhadap maklumat yang disampaikan. Berbeza daripada konteks tersebut, kajian ini meneliti penggunaan retorik pemujukan dalam bidang kesihatan untuk mempengaruhi perhatian dan minat masyarakat terhadap maklumat kesihatan. Hal ini penting supaya masyarakat sekurang-kurangnya memahami asas penjagaan kesihatan, terutamanya berkaitan penyakit yang menjadi punca utama kematian. Teks kesihatan di Facebook tersebut memperlihatkan penggunaan retorik pemujukan melalui kata perintah, elemen agama, partikel ‘-lah’, penegasan sifat, istilah saintifik dan eufemisme.

Menurut Dewi Hj Samri dan Haziq Aisha (2021), pemujukan melalui penggunaan kata perintah, elemen agama dan partikel ‘-lah’ bertujuan memberikan penegasan kepada audiens tentang kepentingan maklumat yang disampaikan. Penggunaan kata perintah seperti ‘jangan’ dan ‘tolong’, serta ungkapan harapan dalam Data 1 hingga Data 4, dapat mengarahkan perhatian audiens kepada tindakan yang disarankan dan mendorong mereka mempertimbangkan maklumat yang diterima. Dengan kata lain, retorik pemujukan melalui kata perintah membantu audiens membuat pertimbangan sebelum bertindak berdasarkan perkara yang dipercayai. Pemujukan melalui elemen agama dalam Data 5 hingga Data 7 pula lebih menekankan emosi dan pemikiran audiens supaya menyedari hubungan antara kesihatan, nilai kepercayaan dan amalan kerohanian. Elemen tersebut juga memberikan peringatan bahawa usaha menjaga kesihatan boleh disertai penghayatan nilai agama. Selain itu, partikel ‘-lah’ dalam Data 8 hingga Data 10 berfungsi memberikan peringatan dan penekanan pada kata atau frasa tertentu supaya audiens lebih peka terhadap kepentingannya. Penegasan sifat dalam Data 11 digunakan untuk menonjolkan perkara yang dianggap lebih serius dan perlu diberikan perhatian oleh audiens. Penggunaan istilah saintifik dalam Data 12 pula dapat menarik minat audiens untuk memahami istilah yang disampaikan, di samping menonjolkan keseriusan topik dan kredibiliti penutur. Akhir sekali, eufemisme dalam Data 13 membantu audiens terus berasa selesa mengikuti perbincangan dan pada masa yang sama menyerlahkan kesantunan penutur. Secara keseluruhannya, kepelbagaian strategi tersebut memperlihatkan bagaimana unsur bahasa digunakan untuk membingkai maklumat kesihatan, menarik perhatian dan mendorong audiens mempertimbangkan tindakan yang dihasratkan oleh penutur.

Kesimpulan

Secara keseluruhannya, kajian ini mendapati bahawa retorik pemujukan diberikan penekanan dalam penyampaian maklumat kesihatan melalui Facebook untuk mempengaruhi emosi, persepsi dan pertimbangan audiens. Analisis terhadap teks kesihatan tersebut memperlihatkan penggunaan beberapa strategi penting, iaitu kata perintah, elemen agama, partikel ‘-lah’, penegasan sifat, istilah saintifik dan eufemisme. Antara isu kesihatan yang diketengahkan berkaitan dengan gaya hidup, pemakanan dan penjagaan salur darah bagi mengurangkan risiko penyakit jantung. Dapatan menunjukkan bahawa unsur bahasa berkenaan digunakan untuk menarik perhatian, membina keyakinan dan mendorong audiens mempertimbangkan tindakan yang disarankan. Walau bagaimanapun, kajian ini menganalisis ciri bahasa dalam teks dan tidak mengukur secara langsung perubahan sikap atau tingkah laku audiens. Oleh itu, keberkesanan sebenar strategi pemujukan tersebut masih memerlukan penelitian lanjut melalui data penerimaan audiens.

Oleh itu, kajian ini diharapkan dapat membantu masyarakat dan pakar kesihatan memahami kepentingan retorik dalam bidang komunikasi kesihatan, di samping meningkatkan mutu penyampaian ilmu pada masa hadapan. Kajian ini juga diharapkan dapat menarik minat lebih ramai pakar kesihatan untuk menyebarkan ilmu serta maklumat yang sahih melalui media sosial bagi meningkatkan kesedaran masyarakat tentang penjagaan kesihatan dan pencegahan penyakit kronik di Malaysia. Penerapan strategi retorik yang sesuai dalam penyampaian ilmu kesihatan berpotensi memberikan pengetahuan, pemahaman dan pendedahan kepada masyarakat, seterusnya mempengaruhi cara mereka menilai maklumat serta membuat pertimbangan. Selain itu, kajian ini menunjukkan bahawa keterampilan berucap atau berpidato bukan sahaja relevan dalam dunia politik, pengiklanan dan perniagaan, malah turut berkait rapat dengan komunikasi kesihatan yang bertujuan memujuk masyarakat ke arah gaya hidup yang lebih sihat.

Rujukan

- Abdul Chaer. (2013). *Pengantar semantik bahasa Indonesia*. PT Rineka Cipta.
- Amida Abdulhamid. (2015). *Retorik: Yang indah itu bahasa*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Aristotle. (1991). *On rhetoric: A theory of civic discourse* (G. A. Kennedy, Trans.). Oxford University Press.
- Asim Ayed Alkhawaldeh. (2021). Persuasive strategies of Jordanian government in fighting COVID-19. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 21(1), 274–293. <https://doi.org/10.17576/gema-2021-2101-16>
- Department of Statistics Malaysia. (2025, December 18). *Statistics on causes of death, Malaysia, 2025*. <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/statistics-on-causes-of-death-malaysia-2025>
- Dewi Hj Samri, & Haziq Aisha. (2021). Penggunaan bahasa retorik dalam pewahanaan informasi COVID-19 di Negara Brunei Darussalam. *Southeast Asia: A Multidisciplinary Journal*, 21(2), 95–117. <https://doi.org/10.1108/SEAMJ-02-2021-B1007>
- Dimas Ahmad Rifandi, & Irwansyah. (2021). Retorika juru bicara Satgas COVID-19 di platform YouTube. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 64–77. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.185>
- Enos, T., & Brown, S. C. (Eds.). (1993). *Defining the new rhetorics*. Sage Publications.
- Fuzirah Hashim, & Ahmad Aminuddin Soopar. (2022). Bahasa komunikasi atas talian dalam suasana akademik. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 22(4), 261–278. <https://doi.org/10.17576/gema-2022-2204-15>
- Hariri Ali Imran, & Nasihah Hashim. (2022). Retorik naratif dalam teks ucapan perdana menteri semasa era pandemik. *Prosiding BAHTERADAYA 2022: NARADATA Bahasa, Sastera dan Budaya II*, 1(1), 209–213.
- Hariri Ali Imran, & Nasihah Hashim. (2023). Retorik wacana kesihatan di media sosial. *Prosiding Antarabangsa Bahasa, Sastera dan Budaya Melayu (RENTAS)*, 1(1), 58–63.
- Iqbal, Z., Aslam, M. Z., Aslam, T., Ashraf, R., Kashif, M., & Nasir, H. (2020). Persuasive power concerning COVID-19 employed by Premier Imran Khan: A socio-political discourse analysis. *Register Journal*, 13(1), 208–230. <https://doi.org/10.18326/rgt.v13i1.208-230>
- Julaina Nopiah, & Nurfatimah Izzati Samarrudin. (2024). Penggunaan gaya bahasa retorik dalam pelaporan berita politik di berita televisyen. *PENDETA*, 15(2), 37–51. <https://doi.org/10.37134/pendeta.vol15.2.3.2024>
- Kemp, S. (2025, November 8). *Digital 2026: Malaysia*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-malaysia>
- Mohd Syafiq Mohd Zunaidi, & Yabit Alas. (2023). Penggunaan retorik dalam pengucapan ahli parlimen Malaysia Syed Saddiq semasa Pilihan Raya Umum (PRU) Malaysia ke-15. *International Journal of Linguistics and Indigenous Culture*, 1(1), 48–68. <https://doi.org/10.36312/ijlic.v1i1.1609>

- Mohd Zaidi Mahmud, & Bahiyah Omar. (2013). Motif dan kekerapan penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 29(1), 35–54. <http://journalarticle.ukm.my/6420/>
- Muhammad Faizul Abd Hamid, Mohd Azidan Abdul Jabar, Rozita Che Rodi, & Adlina Ab. Halim. (2022). Strategi retorik dalam teks keputusan khas Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) untuk membendung wabak COVID-19 di Malaysia. *Jurnal Linguistik*, 26(2), 38–51. <https://plm.org.my/ejurnal/index.php/jurnallinguistik/article/view/251>
- Nasihah Hashim, Ainal Akmar Ahmad, Maizatul Azura Yahya, & Arina Johari. (2020). Retorik persuasif dalam teks khutbah era pandemik COVID-19. In *Webinar NARADATA 2020: Bahasa, Sastra dan Budaya—Penyelidikan Bahasa, Sastra dan Budaya dalam Era Pandemi*. <https://irep.iium.edu.my/87219/>
- Nasrullah. (2015). *Media sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nik Safiah Karim, Farid M. Onn, Hashim Haji Musa, & Abdul Hamid Mahmood. (2006). *Tatabahasa Dewan* (Edisi baharu, cetakan ke-11). Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Noordin Darus. (n.d.). *Dr. Noordin Darus* [Facebook page]. Facebook. Retrieved January 9, 2025, from <https://www.facebook.com/drnoordindarus/>
- Richter, A., & Koch, M. (2008). Functions of social networking services. In *From CSCW to Web 2.0: European developments in collaborative design—Selected papers from COOP 08* (pp. 87–98). ACM Press. <https://dl.eusset.eu/items/4a86d174-ab6d-49fd-8d35-480b216f1f54>
- Sarah Nur Najwa Mohd Nasir, & Maslida Yusof. (2022). Sorotan literatur bersistematik kajian bahasa komunikasi di internet dari sudut pragmatik. *GEMA Online Journal of Language Studies*, 22(2), 185–204. <https://doi.org/10.17576/gema-2022-2202-10>
- Shim, Y. Y., Kim, J. H., Cho, J. Y., & Reaney, M. J. T. (2024). Health benefits of flaxseed and its peptides (linusorbs). *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 64(7), 1845–1864. <https://doi.org/10.1080/10408398.2022.2119363>
- Siti Noridayu Abd. Nasir, & Hazlina Abdul Halim. (2024). Retorik bahasa pemujukan dalam ujaran untuk perniagaan berasaskan fabrik batik di Pasar Payang, Terengganu. *Jurnal Kesidang*, 9(1), 124–143. <https://ejournal.unimel.edu.my/index.php/JK/article/view/1804>
- Wan Azura Wan Ahmad, & Ahmad Fazullah Mohd Zainal Abidin. (2021). Kesopanan komunikasi dalam menangani berita palsu pandemik COVID-19: Perspektif retorik al-Quran dan psikologi. In *E-Prosiding Seminar Antarabangsa Islam dan Sains 2021* (p. 560). <https://oarep.usim.edu.my/entities/publication/7f485486-794b-427b-8a73-85b74ffcc9e9>
- Yang, J. (2009). Brazil nuts and associated health benefits: A review. *LWT - Food Science and Technology*, 42(10), 1573–1580. <https://doi.org/10.1016/j.lwt.2009.05.019>