



JURNAL LINGUISTIK Vol. 28 (2) November 2024 (104-116)

Strategi Retorik dalam Amanat Naib Canselor UiTM 2024: Aspirasi Hala Tuju Universiti

¹Midiyana Mohamad, ^{*2}Farah Hanini Abdul Rahman,
³Amirah Ahmad, ⁴Nor Azita Che Din & ⁵Nurrissammimayantie Ismail

¹midiy165@uitm.edu.my, ^{*2}farahhanini@uitm.edu.my,
³amirah1275@uitm.edu.my, ⁴norazita@uitm.edu.my & ⁵nurrissa@uitm.edu.my

Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA, Shah Alam

^{*2}*Penulis Koresponden*

Tarikh terima : 29 September 2024
Received
 Terima untuk diterbitkan : 23 Oktober 2024
Accepted
 Tarikh terbit dalam talian : 30 November 2024
Published online

Abstrak

Amanat Naib Canselor merupakan salah satu platform bagi seorang pemimpin universiti untuk menyampaikan aspirasi dan hala tuju sesebuah universiti. Pemimpin universiti perlu memanfaatkan ucapan awam yang mampu mempengaruhi warganya dalam mencapai matlamat pelan strategik universiti. Penggunaan bahasa yang menarik dan berkesan dapat mendorong warga universiti memahami dan seterusnya menjiwai perancangan strategik yang disampaikan menerusi wacana umum tersebut. Kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti strategi retorik yang dipelopori oleh Aristotle dalam teks Amanat Naib Canselor Universiti Teknologi MARA (UiTM) 2024. Seterusnya, kajian ini turut menganalisis penggunaan strategi retorik yang diaplikasikan dalam teks tersebut. Pendekatan kualitatif menerusi kaedah analisis kandungan diaplikasikan bagi meneliti ethos, pathos dan logos dalam teks Amanat Naib Canselor UiTM yang diperoleh daripada Repositori Institusi UiTM. Kajian ini mendapati penggunaan strategi retorik logos paling banyak (56.5%) ditemui dalam teks yang dikaji. Dapatan kajian menunjukkan bahawa gabungan strategi retorik ethos, pathos dan logos yang digunakan dalam teks diperlihatkan menerusi pelbagai gaya seperti penggunaan metafora, simile dan personifikasi. Strategi retorik yang diaplikasikan tersebut dapat membentuk satu wacana yang utuh dalam memberikan aspirasi kepada warga sesebuah organisasi khususnya warga UiTM. Kajian ini membuktikan bahawa komunikasi persuasif dalam wacana kepemimpinan universiti merupakan salah satu wadah dalam memperlihatkan peranan bahasa sebagai alat yang menunjukkan kuasa dan peranan Naib Canselor sebagai peneraju utama institusi dalam membentuk hala tuju universiti.

Kata kunci: retorik, Amanat Naib Canselor, aspirasi, ethos, pathos, logos

Rhetorical Strategies in the UiTM Vice Chancellor's Address 2024: Aspirations for the University's Strategic Directions

Abstract

The Vice-Chancellor's Address is one of the platforms for a university leader to convey the aspirations and direction of the university. University leaders must utilise public speeches that could influence their members in achieving the university's strategic plan goals. The use of engaging and effective language in the public discourse encourages university members to understand and subsequently internalise the university's strategic planning. This study aims to identify the rhetorical strategies by Aristotle in the text of the Vice-Chancellor's Address of

Universiti Teknologi MARA (UiTM) 2024. Furthermore, this study also analyses how these rhetorical strategies are utilised in the text. A qualitative study through a content analysis approach is applied to examine the elements of ethos, pathos, and logos in the UiTM Vice Chancellor's Address text obtained from the UiTM Institutional Repository. The study found that the use of logos was the most prevalent (56.5%) in the text examined. The findings indicate that the combination of the rhetorical strategies of ethos, pathos, and logos used in the text is demonstrated through various styles such as the use of metaphors, similes, and personifications. The applied rhetorical strategies could form a cohesive discourse in inspiring the members of an organization, especially the members of UiTM. This study proves that persuasive communication in university leadership discourse serves as a key medium to illustrate how language functions as a powerful tool. It highlights the significance and authority of the Vice Chancellor as the principal leader of the institution in shaping the direction of the university.

Keywords: rhetoric, Vice-Chancellor's Address, aspiration, ethos, pathos, logos

1. Pengenalan

Retorik ialah penggunaan bahasa dengan berkesan sama ada melalui penulisan atau lisan. Komunikasi lisan berperanan penting dalam menyampaikan sesuatu maklumat. Seseorang pengucap memerlukan komunikasi yang baik dan berkesan untuk menyalurkan idea bagi memastikan pengucapannya dapat mempengaruhi audiens. Retorik juga membantu seseorang untuk berkomunikasi dengan jelas serta dapat memujuk khalayak dalam membuat dan menentukan suatu keputusan penting (Herrick, 2017). Dari aspek komunikasi, para pemimpin perlu mempunyai seni pengucapan yang baik. Hal ini kerana, pemimpin akan menyalurkan seluruh pemikiran dan hala tuju kepemimpinannya menerusi ujaran dan wacana kepada masyarakat. Dalam wacana seseorang pemimpin, terkandung gagasan pemikiran yang perlu diteladani oleh masyarakat khususnya dalam penyampaian wacana umum seperti amanat tahun baharu. Farzana & Suziana (2020) menyatakan seni pengucapan dalam konteks wacana umum merupakan salah satu wadah komunikasi yang mampu menjadi medium penyampaian maklumat kepada para pendengar.

Dalam penyampaian sesuatu wacana umum, aspek kebahasaan seperti strategi retorik digembleng bagi memastikan pendengar menghayati dan memahami gagasan pemikiran yang ingin disampaikan. Tambahan pula, wacana tersebut perlu mengemukakan mesej yang jelas, padu dan bermakna (Norhaifa, 2004). Sesuatu ucapan yang dipersembahkan tanpa penggunaan bahasa yang menarik seperti strategi retorik tidak akan dapat mempengaruhi audiens (Abdullah & Ainon, 2003). Hal ini bermakna, sesuatu ucapan perlu mempunyai nilai retorik agar pengucap dapat menyampaikan mesejnya kepada golongan sasaran khususnya ucapan yang disampaikan oleh seorang pemimpin sesebuah institusi seperti Naib Canselor. Lazimnya, Naib Canselor akan menyampaikan amanat tahun baharu menerusi Majlis Amanat Naib Canselor.

Penyampaian Amanat Naib Canselor memerlukan seni berbahasa, iaitu retorik untuk mempengaruhi persepsi, menginspirasi tindakan, dan mengaspirasi hala tuju universiti kepada warganya. Namun, cabaran utama adalah bagaimana Naib Canselor dapat memastikan mesej yang disampaikan diterima dengan jelas dan berkesan, terutamanya apabila wujud kepelbagaian pandangan dalam warga universiti. Kegagalan dalam menyampaikan mesej yang tepat boleh menimbulkan salah faham yang akan memberi kesan kepada komitmen warga universiti terhadap hala tuju universiti yang digariskan, sedangkan ucapan Naib Canselor berperanan penting dalam penetapan sesuatu dasar dan ideologi. Malahan, wacana yang disampaikan oleh Naib Canselor juga menekankan nilai-nilai moral dan etika tertentu yang wajib dipatuhi oleh warga universiti (Ekanjume-Ilongo & Thuube, 2016). Oleh itu, penggunaan strategi retorik yang tepat adalah penting untuk memastikan komunikasi yang persuasif bagi meningkatkan pemahaman audiens terhadap maklumat yang disampaikan.

Selain itu, wacana umum yang disampaikan oleh Naib Canselor adalah penting dalam membentuk pelan strategik universiti agar dapat melaksanakan hala tuju yang dirancang bagi mencapai matlamat yang ditetapkan. Namun begitu, masih kurang analisis komprehensif mengenai strategi retorik yang digunakan dalam ucapan sedemikian. Teks Amanat Naib Canselor sesebuah universiti merupakan dokumen penting yang membentuk hala tuju dan aspirasi universiti, akan tetapi kajian yang meneliti penggunaan strategi retorik dalam penyampaian mesej dalam teks tersebut amat terhad diberi perhatian.

Rohaidah (2016) telah memanfaatkan teks Amanat Naib Canselor Universiti Malaya 2015, namun kajian tersebut dibincangkan menerusi perspektif analisis wacana kritis dengan memfokus kepada aspek interdiskursiviti. Oleh itu, penelitian aspek retorik harus dilaksanakan dalam teks amanat bagi menunjukkan penggunaan komunikasi persuasif dalam memperlihatkan gagasan pemikiran seseorang pemimpin institusi. Hal ini memperlihatkan peranan bahasa dalam menunjukkan kuasa yang signifikan dalam kepemimpinan, khususnya bagi Naib Canselor sebagai peneraju utama universiti.

Selaku peneraju utama Universiti Teknologi MARA (UiTM) yang baharu dilantik pada 2 November 2023, gagasan pemikiran yang ingin diketengahkan oleh Profesor Datuk Dr. Shahrin bin Sahib @ Sahibuddin amat penting diambil perhatian oleh warga UiTM. Penggunaan bahasa yang strategik oleh Naib Canselor UiTM bukan sahaja berperanan dalam menyampaikan visi dan misi universiti, tetapi berfungsi untuk membina hubungan, mempengaruhi pandangan, dan memastikan keharmonian dalam kalangan warga UiTM. Dalam konteks ini, penggunaan bahasa menerusi Amanat Naib Canselor UiTM menjadi medium kuasa yang membolehkan Naib Canselor UiTM mengarahkan transformasi hala tuju UiTM, merangka dasar, serta memastikan pelaksanaannya diterima dan diikuti oleh seluruh warga UiTM. Justeru, kajian ini bertujuan untuk meneliti penggunaan strategi retorik yang dipelopori oleh Aristotle dalam Amanat Tahun Baru Naib Canselor UiTM 2024. Penelitian terhadap strategi retorik dalam teks ucapan ini dapat memperlihatkan kajian dari perspektif kebahasaan yang memfokus kepada bahasa sebagai alat komunikasi persuasif dalam wacana kepemimpinan institusi pendidikan tinggi.

2. Sorotan Literatur

Penelitian terhadap kajian lepas tentang aspek retorik memperlihatkan bahawa teori strategi retorik yang dipelopori oleh Aristotle telah banyak digunakan dalam pelbagai bidang seperti falsafah, politik, komunikasi, pemasaran, linguistik dan perundangan. Fokus kajian ini adalah untuk meneliti penggunaan retorik dalam wacana kepemimpinan. Kajian retorik dalam wacana kepemimpinan telah banyak dilakukan dengan memanfaatkan teks ucapan pemimpin politik dunia berdasarkan pelbagai aspek retorik. Teori strategi retorik Aristotle sering menjadi pilihan pengkaji terdahulu dalam meneliti wacana kepemimpinan seperti ucapan Nik Aziz Nik Mat (Nurul Nadiah & Zulkefli, 2021); kempen politik Jokowi (Alamsyah, Awang Azman & Surinderpal, 2019); ucapan politik Presiden Nelson Mandela (Ekpong, 2018); ucapan Tun Dr. Mahathir Mohamad (Abdulrahman, 2010); dan koleksi ucapan Tunku Abdul Rahman (Zulkifli, 1985). Terdapat juga aspek retorik lain yang diteliti dalam wacana kepemimpinan seperti teknik retorik dalam ucapan Tun Mahathir Mohamad (Lee, 2001); teknik retorik pemujukan dalam ucapan Haji Abdul Hadi Awang (Zoriaty, 2005); dan teori skema retorik penulisan dalam penulisan ucapan Strategi Laut Biru oleh Dato' Seri Najib Tun Razak (Zamimah, 2020). Walau bagaimanapun, kajian retorik dalam wacana kepemimpinan lebih banyak mengaplikasikan teori strategi retorik Aristotle.

Misalnya, kajian Abdulrahman (2010) yang memfokus kepada teks ucapan Tun Dr. Mahathir Mohamad. Penelitian dilakukan bagi memperlihatkan penggunaan logos, ethos dan pathos sebagai salah satu komunikasi persuasif dalam ucapan yang dipilih. Dapatan kajian menunjukkan bukti-bukti yang logik, beretika dan beremosi digunakan untuk mempengaruhi audiens. Bukti yang logik tersebut memperlihatkan penggunaan logos dan pathos dalam menunjukkan ethos, iaitu kewibawaan Tun Dr. Mahathir Mohamad. Pengaplikasian teori strategi retorik Aristotle ini turut diteliti secara sistematik oleh Aisyah (2022) yang memfokus kepada kajian-kajian literatur yang mengaplikasikan teori Aristotle dalam data kajian. Analisis dilakukan menerusi jurnal berindeks iaitu Sage, Taylor & Francis dan Jstor serta Google Scholar sebagai sumber data kajian. Kata kunci berkaitan teori retorik (*Aristotle*, *ethos*, *pathos*, *logos*) ditetapkan dalam pencarian data. Sebanyak 30 artikel yang menepati ciri yang ditetapkan untuk dianalisis. Hasil kajian mendapati bahawa artikel-artikel yang dikaji telah menggunakan komunikasi kepimpinan berdasarkan teori Aristotle dalam bidang kepimpinan politik, pendidikan, keagamaan serta perniagaan.

Teori strategi retorik Aristotle ini juga diaplikasikan dalam kajian Nurul Nadiah dan Zulkefli (2021) yang membincangkan disiplin dan cara komunikasi yang baik dalam menyalurkan idea, emosi, sikap, fakta dan cara memanipulasikan ucapan mengikut kemampuan, kemahiran, kelebihan dengan

cara tersendiri. Pengaplikasian strategi retorik ethos, pathos dan logos diteliti untuk melihat keberkesanan penyusunan dakwah dan kepimpinan Nik Aziz Nik Mat dalam menyampaikan ceramah beliau. Kajian dijalankan menggunakan kaedah kualitatif berbentuk deskriptif dan pengumpulan data melalui teks ucapan. Hasil dapatan yang diperoleh menunjukkan bahawa penyusunan retorik yang mantap dan berkesan dapat memberi impak terhadap usaha dakwah dan kepimpinannya terhadap masyarakat Islam. Alamsyah, Awang Azman dan Surinderpal (2019) turut mengaplikasikan teori Aristotle, iaitu logos, ethos, dan pathos untuk menganalisis retorik teks ucapan kempen politik Jokowi di Gelora Bung Karno. Data kajian diperoleh daripada teks ucapan kempen politik Jokowi pada 13 April 2019 yang disiarkan secara langsung di saluran TV Indonesia. Analisis kajian secara kualitatif dan analisis kandungan menunjukkan daya tarikan emosi (pathos) lebih dominan digunakan oleh Jokowi. Hasil kajian memaparkan ucapan Jokowi menunjukkan pathos lebih dominan digunakan (lebih separuh semasa ucapan), iaitu emosi terdiri daripada (terima kasih, janji, dan pujian), diikuti dengan logos untuk memastikan keyakinan penonton menerusi hujah, tuntutan, dan bukti, manakala penggunaan ucapan yang menunjukkan kredibiliti dan kebolehpercayaan (ethos) adalah terhad. Hasil kajian menunjukkan emosi (pathos) dengan ucapan terima kasih, pujian, dan janji dapat menarik minat dan simpati penonton dengan sangat berkesan.

Seterusnya, Suwandonadi Simanullang (2018) juga membincangkan kajian ucapan politik di Indonesia dengan memfokus penggunaan strategi retorik oleh calon gabenor dalam Debat Pemilihan Jakarta 2017, iaitu Agus Harimurti Yudhoyoo, Basuki Tjahaja Purnama dan Anies Baswedan. Analisis kajian tertumpu kepada sebab penggunaan strategi retorik dalam debat ketiga-tiga calon tersebut. Hasil kajian menunjukkan bahawa tiga strategi retorik, iaitu ethos, pathos dan logos yang digunakan dalam perdebatan ini berfungsi untuk memuji, menyerang, dan mempertahankan hujah. Kajian ini turut menyatakan bahawa gabungan ketiga-tiga strategi ini dapat menghasilkan kejayaan sesuatu pemujuan. Ekpong (2018) pula membincangkan penggunaan strategi retorik dalam ucapan politik Presiden di Afrika Selatan. Fokus utama kajian adalah untuk melihat penggunaan ethos, pathos dan logos dalam ucapan Nelson Mandela serta mengenal pasti dan mengkategorikan unsur menarik yang digunakan hingga menjadikan ucapan beliau berkesan. Analisis menunjukkan bahawa ucapan Nelson Mandela mempunyai struktur hujah yang baik serta menimbulkan harapan dan sokongan bagi menamatkan ancaman apartheid dan seterusnya membina semula Afrika Selatan yang baharu. Dapatan kajian menunjukkan Nelson Mandela menggunakan logos untuk membina imej dan reputasinya dalam pemikiran pendengar melalui kata-kata yang mempunyai daya tarikan. Hasil kajian juga mendapati terdapat gabungan penggunaan pathos dan logos bagi membantu Nelson Mandela mengemukakan hujah yang berkesan. Manakala, strategi ethos, iaitu kredibiliti pengucap pula menggabungkan konsep ethos oleh Aristotle dan Cicero dengan mengambil kira kredibiliti pengucap di dalam dan di luar situasi ucapannya.

Selain daripada kajian strategi retorik dalam wacana kepemimpinan, kewibawaan teori retorik Aristotle ini juga diuji menerusi wacana pemasaran, iaitu iklan (Intan Fitri Aisyah, Naqibah Izzati & Noor Hanim, 2019); penulisan abstrak artikel ilmiah (Hairul Azhar et al. 2023); penulisan e-mel pelajar (Isai et al. 2020) dan permintaan tidak formal pelajar (Ting, 2018). Dalam wacana periklanan, penggunaan ethos, pathos dan logos saling berkait sebagai alat persuasif untuk mempengaruhi audiens dalam video sebuah jenama hijab. Pathos digunakan untuk membangkitkan emosi penonton melalui cara jenama menekankan tema iklannya dan logos dapat dikesan melalui pelaksanaan susunan jalan cerita yang jelas sepanjang iklan tersebut. Ethos pula digunakan menerusi cara jenama hijab tersebut menyampaikan nilai dan mesejnya kepada penonton. Sebaliknya, dalam kajian Hairul Azhar et al. (2023), penggunaan strategi retorik ethos dalam penulis abstrak artikel ilmiah lebih menjurus kepada pemaparan kewibawaan dan kredibiliti dengan membandingkan penulis natif bahasa Inggeris (ENL) dan penulis bahasa Inggeris sebagai bahasa kedua (ESL). Strategi retorik rayuan ethos dalam kedua-dua sampel penulisan abstrak artikel ilmiah memperlihatkan pencapaian penulis ESL hampir setara dengan penulis ENL terutama dalam pemaparan dimensi kuasa serta penggunaan kata ganti nama dan sistem kala masa depan. Dapatan kajian membuktikan bahawa pandangan tentang ciri-ciri retorik penulis ESL jelas menggambarkan sebagai bukan penutur asli telah disanggah.

Kajian Isai et al. (2020) dan Ting (2018) meneliti penggunaan strategi retorik ethos, pathos dan logos yang terdapat dalam penulisan para pelajar kepada pensyarah mereka. Hasil kedua-dua kajian ini

adalah sejajar kerana dapatan menunjukkan strategi retorik pathos paling ketara digunakan oleh para pelajar untuk meyakinkan pensyarah mereka melalui perhubungan emosi. Bezanya, kajian Isai et al. (2020) tidak menemui sebarang penggunaan strategi retorik logos dalam rayuan pelajar menerusi 43 e-mel persuasif di ruangan forum universiti berbanding Ting (2018) yang menunjukkan pelajar masih mengaplikasikan strategi logos (walaupun sangat sedikit penggunaannya) bagi memujuk pensyarah menerusi 165 ujian set induksi yang ditetapkan. Kedua-duanya memfokus kepada ujaran bersifat rayuan dan permintaan, iaitu penangguhan serahan tugas dan rayuan menamatkan kelas awal.

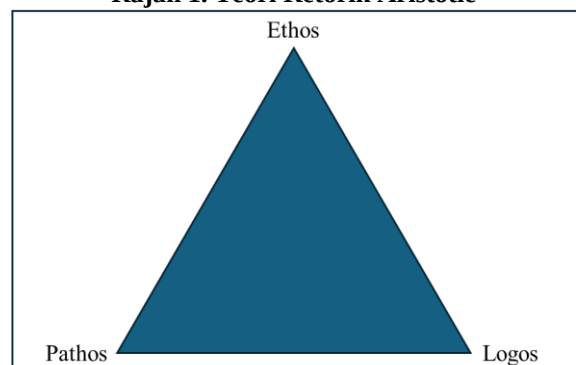
Berdasarkan kajian lepas yang dibincangkan, jelaslah bahawa elemen retorik amat penting khususnya yang melibatkan strategi retorik untuk memastikan komunikasi yang persuasif terutamanya dalam wacana kepemimpinan agar maklumat dapat disampaikan dengan baik. Namun begitu, kajian lepas yang dibincangkan juga mendapati penelitian kajian retorik terhadap wacana kepemimpinan sesebuah institusi kurang diberi perhatian sedangkan peranan Naib Canselor di universiti merangkumi bukan sahaja kepimpinan pentadbiran, tetapi juga keupayaan untuk memberi inspirasi dan menyatukan komuniti akademik melalui komunikasi yang berkesan. Justeru, kajian ini dilaksanakan untuk membincangkan strategi retorik ethos, pathos dan logos dalam Amanat Tahun Baru Naib Canselor UiTM 2024.

3. Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif kerana memanfaatkan data bersifat tekstual, iaitu Amanat Naib Canselor Universiti Teknologi MARA (UiTM) 2024. Amanat tersebut telah disampaikan pada 9 Februari 2024 secara hibrid (fizikal dan penstriman langsung di YouTube UiTM Channel). Pemakluman awal menerusi e-mel tentang penyampaian amanat tersebut memperlihatkan kepentingan penyebaran wacana umum tersebut kepada warga UiTM. Malahan, teks penuh amanat tersebut turut dikongsikan kepada seluruh warga UiTM dan dapat dimuat turun melalui repositori universiti <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/9781/>. Inisiatif ini bagi memastikan seluruh warga UiTM mempunyai akses kepada amanat yang disampaikan oleh Naib Canselor serta memahami dan menghayati setiap tonggak yang digariskan dalam amanat tersebut.

Teks amanat Naib Canselor tersebut mengandungi 37 halaman yang terdiri daripada 193 perenggan. Kajian ini memanfaatkan keseluruhan teks amanat bagi meneliti strategi retorik yang digunakan. Data kajian ini berbentuk deskriptif dan dilabelkan mengikut halaman, perenggan dan baris ayat. Kaedah analisis kandungan digunakan untuk menerangkan dan menghuraikan strategi retorik yang diaplikasikan dalam setiap ayat. Hal ini kerana gaya kepemimpinan seorang pemimpin tercermin menerusi bahasa yang disampaikan kepada audiensnya (Neng Lia Marlina, Mohammad Fadzeli & Harishon, 2023). Oleh itu, teori strategi retorik Aristotle yang merangkumi ethos, pathos dan logos sebagai alat pemujukan digunakan untuk menganalisis data kajian seperti yang ditunjukkan pada Rajah 1 berikut.

Rajah 1. Teori Retorik Aristotle



Aristotle berpendapat bahawa keupayaan seseorang pengucap untuk mempengaruhi audiens, iaitu sejauh mana pengucap mampu merayu audiens menerusi tiga (3) aspek, iaitu ethos, pathos dan logos. Ia juga dikenali sebagai Segitiga Retorik (*Rhetorical Triangle*) (Rujuk Rajah 1). Memandangkan

Aristotle tidak memberi prosedur analisis untuk komunikasi persuasif, Higgins & Walker (2012) menyatakan bahwa penyelidik yang mengaplikasikan konsep pemujukan Aristotle telah membina kerangka analisis mereka sendiri berdasarkan data kajian. Penerangan tentang tiga strategi retorik adalah seperti yang berikut:

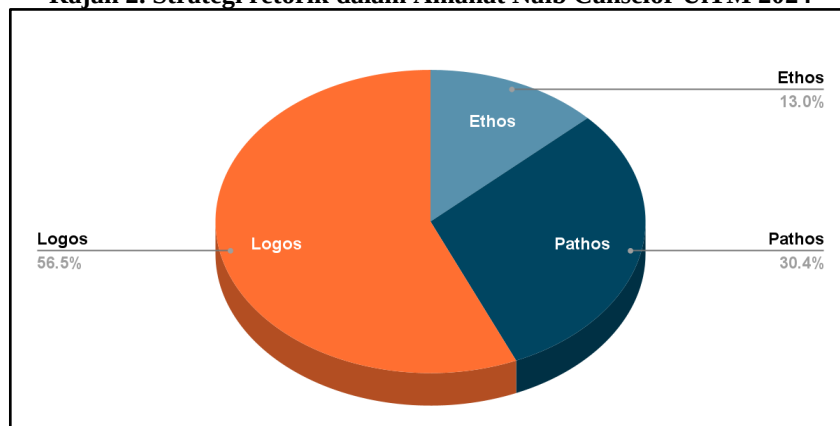
- a) Ethos ialah karakter pengucap atau penulis. Ethos juga merupakan peranan pengucap dalam hujahannya dan bagaimana tahap kebolehpercayaan hujahannya. Demirdogen (2010) menyifatkan ethos sebagai rayuan etika, manakala Higgins & Walker (2012) menambah bahawa ethos ialah watak yang ditonjolkan oleh pengucap, termasuk kredibiliti dan tahap kebolehpercayaan.
- b) Pathos merupakan rayuan emosi yang digunakan oleh pengucap terhadap audiens, iaitu cara pengucap mempengaruhi audiensnya menerusi emosi seperti simpati, marah, gembira, sedih dan sebagainya. Menurut Demirdogen (2010) pathos ialah rayuan emosi dan meletakkan audiens dalam ruang minda yang tertentu. Pathos merayu emosi audiens menerusi kasih sayang, rasa bersalah, tamak, kasihan dan humor (Gabrielsen, & Christiansen, 2010), dan ditambah dengan emosi marah, menghina, empati, takut dan keliru (Mshvenieradze, 2013). Dalam sesuatu rayuan emosi, pengucap perlu tahu keperluan, nilai dan keinginan audiens (Higgins & Walker, 2012). Justeru, seseorang pengucap perlu bijak menggunakan rayuan emosi yang bersesuaian, dengan mengambil kira status, umur dan ciri lain audiens (Mshvenieradze, 2013).
- c) Logos merujuk kepada alasan atau logik. Ia juga merujuk kepada penghujahan dalam sesebuah teks, iaitu cara pengucap menghujahkan sesuatu isu yang diketengahkan. Menurut Demirdogen (2010), logos ialah pemujukan dan rayuan menggunakan bukti, atau bukti nyata menerusi kata-kata dalam ucapan sendiri. Pembuktian logos ini menjadikan sesuatu hujah itu jelas dan berintegriti. Dalam sesuatu analisis retorik, logos boleh dilihat menerusi penggunaan hujah, logik, justifikasi, pernyataan, data, bukti atau contoh.

Berdasarkan kerangka teori yang dihuraikan tersebut, kajian ini memfokus kepada ketiga-tiga strategi tersebut yang terkandung dalam teks Amanat Naib Canselor UiTM 2024.

4. Dapatan dan Perbincangan

Berdasarkan analisis data, kajian ini mendapati sebanyak 46 strategi retorik yang diaplikasikan dalam Amanat Naib Canselor UiTM 2024. Analisis menunjukkan bahawa ketiga-tiga strategi pemujukan ethos, pathos dan logos telah diaplikasikan dalam data kajian. Logos merupakan strategi retorik yang mendominasi kekerapan penggunaannya, iaitu sebanyak 26 (56.5%), manakala phatos 14 (30.4%) dan ethos 6 (13.0%) seperti yang dipaparkan pada Rajah 2 berikut.

Rajah 2. Strategi retorik dalam Amanat Naib Canselor UiTM 2024



Penggunaan strategi logos paling dominan dalam keseluruhan teks Amanat Naib Canselor UiTM 2024. Hal ini memperlihatkan bahawa penggunaan hujah yang disokong dengan bukti, justifikasi

dan contoh menjadi inti pati utama Naib Canselor dalam mempengaruhi warga UiTM agar terus seiring bergerak menuju hala tuju dan tonggak pelan strategik UiTM. Kajian ini hanya membincangkan enam data daripada 46 data yang mengandungi strategi retorik yang ditemui, iaitu dua data daripada setiap strategi retorik. Berikut merupakan huraian lanjut bagi setiap strategi retorik yang ditemui.

Ethos

Berikut merupakan cuplikan daripada teks yang menunjukkan penggunaan ethos.

1. Pada tahun 2023, **Universiti telah berjaya** menempa nama di pelbagai peringkat melibatkan akademik mahupun bukan akademik, sama ada di dalam dan di luar negara.

H2:P8:B1-3

2. Dalam mencapai *Globally Renowned University* atau Universiti yang Dikenali Dunia, **UiTM telah membawa pelbagai kejayaan** dan kecemerlangan warganya ke peringkat antarabangsa berlandaskan tema Kebolehpasaran Global sepanjang tahun 2023.

H4:P20:B1-4

Penggunaan ethos jelas terlihat pada data 1 dan 2 tersebut. Menariknya pengaplikasian ethos dalam data kajian agak berbeza dengan teori Aristotle yang menyatakan ia merupakan kredibiliti pengucap. Sebaliknya, menerusi data 1 dan 2 tersebut, pengucap menonjolkan kredibiliti UiTM itu sendiri sebagai sebuah institusi pendidikan tinggi memandangkan tujuan amanat tahun baru ini adalah untuk mendedahkan pencapaian UiTM kepada semua warga UiTM. Justeru, kredibiliti UiTM perlu diserahkan kepada audiens untuk membangkitkan kepercayaan warga UiTM terhadap kemampuan UiTM sebagai sebuah universiti di Malaysia.

Dalam data 1, pengucap menyebut pencapaian UiTM adalah secara menyeluruh, iaitu merangkumi bidang akademik dan bukan akademik, serta di dalam mahupun luar negara. Pengucap dilihat bijak untuk memaparkan kredibiliti UiTM pada mukadimah amanat tahun baru ini kerana ia dapat membangkitkan semangat warga UiTM apabila kredibiliti UiTM sebagai sebuah universiti tempatan nyata terserlah.

Selain itu, data ini didapati juga mempamerkan kredibiliti dan kuasa Naib Canselor melalui elemen-elemen yang dibincangkan seterusnya. Dengan menyatakan bahawa universiti telah "*berjaya menempa nama di pelbagai peringkat*", ia menonjolkan kejayaan dan pencapaian nyata institusi di bawah kepimpinan Naib Canselor. Hal ini menyampaikan rasa bangga dan mencerminkan kemampuan mereka untuk memimpin universiti menuju pencapaian yang ketara. Pernyataan "*akademik mahupun bukan akademik*" menandakan pendekatan holistik terhadap kejayaan, menunjukkan bahawa Naib Canselor menghargai kecemerlangan dalam pelbagai bidang. Kepelbagaian pencapaian ini menunjukkan keupayaan mereka untuk memupuk persekitaran universiti yang seimbang, yang meningkatkan kredibiliti institusi. Frasa "*sama ada di dalam dan di luar negara*" menekankan jangkauan dan pengaruh universiti melepasi sempadan tempatan. Ini menggambarkan komitmen Naib Canselor untuk mengembangkan kehadiran universiti di peringkat global, yang meningkatkan reputasi dan kedudukan institusi dalam komuniti akademik.

Seterusnya, kejayaan yang disebutkan mencerminkan perancangan strategik dan pengurusan yang berkesan oleh Naib Canselor. Ia mencadangkan bahawa di bawah kepimpinannya, universiti bukan sahaja mengekalkan status quo tetapi juga secara aktif maju dan mencapai pengiktirafan, yang menguatkan kuasa mereka sebagai pemimpin. Rumusannya, data ini menggambarkan Naib Canselor yang telah berjaya memimpin universiti menuju pengiktirafan yang signifikan baik di peringkat nasional mahupun antarabangsa, memancarkan imej kredibiliti dan kepimpinan yang berkesan.

Data 2 menunjukkan pengucap mengetengahkan pencapaian yang telah ditempa UiTM sepanjang 2023 dalam usaha menjadi sebuah *Globally Renowned University* atau Universiti yang Dikenali Dunia. Pencapaian memberangsangkan dalam kalangan warga UiTM sehingga ke peringkat

antarabangsa sudah semestinya menonjolkan kredibiliti UiTM sebagai universiti tempatan yang mampu berdaya saing di peringkat dunia. Kejayaan membanggakan ini secara tidak langsung mengukuhkan kepercayaan warganya terhadap kredibiliti UiTM yang mampu mencipta nama lebih jauh sehingga ke persada dunia.

Hasil analisis kajian menunjukkan pengucap tidak menonjolkan kredibiliti peribadi beliau sebagai Naib Canselor dalam pencapaian UiTM, sebaliknya beliau bijak mengaplikasikan ethos dengan mempamerkan kredibiliti UiTM itu sendiri kerana Amanat Naib Canselor merupakan salah satu platform untuk menyampaikan aspirasi dan hala tuju sesebuah universiti, sekali gus memujuk warganya dalam mencapai matlamat pelan strategik universiti. Langkah menonjolkan universiti secara keseluruhan ini sebenarnya mempamerkan daya kepimpinan yang bijak kerana pengucap tidak menonjolkan kredibilitinya secara langsung malah mengambil pendekatan untuk menonjolkan keupayaan universiti. Hal ini demikian kerana apabila sesebuah universiti dilihat mampu mencapai prestasi yang memberangsangkan, ia secara tidak langsung sebenarnya memaparkan daya kepimpinan Naib Canselor yang mampu meningkatkan prestasi universiti yang dipimpin.

Pathos

Penggunaan strategi retorik pathos dapat dilihat menerusi beberapa petikan data berikut.

3. **Kita amat berdukacita** dengan kehilangan 57 ahli keluarga UiTM ada tahun lepas, yang mana 25 daripadanya adalah pelajar, manakala 32 daripadanya merupakan staf yang telah pergi meninggalkan kita semasa dalam pengajian dan perkhidmatan.

H2:P4:B1-4

4. Dengan erti kata lain, kita akan membawa UiTM ke arah menjadi sebuah universiti yang **“Gah di Mata Dunia”**. Pada masa yang sama, kita masih bertunjangkan identiti atau asal usul kita dengan berbakti kepada bangsa dan negara, ibarat kita **“terus mengakar ke tanah”** walaupun dengan kejayaan yang menjulang tinggi.

H7:P37:B1-5

Dapatan kajian menunjukkan pathos turut dimanfaatkan dalam data kajian. Data 3 menyaksikan pengucap melafazkan rasa sedih terhadap pemergian 57 warga UiTM sepanjang 2023 yang terdiri daripada pelajar mahupun staf. Pemaparan unsur emosi sedih dalam data 3 mempamerkan sikap cakna dan empati beliau selaku pemimpin organisasi kepada warga UiTM. Keprihatinan yang dipaparkan jelas dapat meraih emosi pendengar kerana mereka akan beranggapan bahawa dalam menyampaikan aspirasi dan hala tuju sesebuah universiti, pengucap sebagai pemimpin tidak melupakan pihak yang ditimpa musibah kerana mereka juga sebahagian daripada keluarga UiTM.

Secara tidak langsung, data ini menunjukkan kredibiliti dan kuasa Naib Canselor dengan menekankan empati, tanggungjawab, dan kepimpinan dalam menghadapi waktu kehilangan. Frasa *"Kita amat berdukacita dengan kehilangan..."* menunjukkan sensitiviti Naib Canselor terhadap komuniti universiti dengan menyuarakan kesedihan serta mengiktiraf kesan emosi yang dialami oleh pelajar dan kakitangan. Hal ini jelas menunjukkan bahawa Naib Canselor bukan sahaja seorang pemimpin, tetapi juga seorang yang mengambil berat tentang kesejahteraan warga universiti.

Selain itu, dengan menyatakan secara khusus bilangan pelajar dan kakitangan yang telah hilang *"25 pelajar, 32 staf"*, Naib Canselor menunjukkan perhatian terhadap butiran dan rasa tanggungjawab. Ini mengukuhkan peranannya sebagai pemimpin yang bertanggungjawab dan menghargai setiap individu dalam universiti, sambil menekankan kewajipan untuk menghormati dan mengenang mereka yang telah pergi.

Frasa yang merujuk kepada mereka yang hilang sebagai *"ahli keluarga UiTM"* menekankan gagasan bahawa universiti ini adalah satu badan atau komuniti yang bersatu. Hal ini mencerminkan pendekatan kepimpinan Naib Canselor, iaitu setiap orang dianggap sebagai sebahagian daripada kolektif yang lebih besar, melambangkan institusi yang kuat dan bersatu di bawah pimpinan mereka. Secara keseluruhan, data ini menyampaikan bahawa Naib Canselor adalah seorang pemimpin yang penuh empati dan tanggungjawab, yang membimbing universiti dengan penuh martabat dan

keprihatinan dalam waktu-waktu sukar. Ini memancarkan kredibiliti serta kekuatan dalam kepimpinan mereka.

Seterusnya, data 4 juga menunjukkan pengaplikasian strategi pathos dalam data kajian. Hal ini demikian kerana menerusi data ini, pengucap meniupkan emosi semangat kepada warga UiTM untuk terus meletakkan universiti ini ke persada dunia. Pada masa yang sama, beliau memberi kesedaran kepada pendengar agar tidak melupakan asal usul meskipun telah meraih kejayaan. Selain itu, pengucap didapati mengaplikasi strategi pathos pada data 4 dengan gaya bahasa yang menarik bagi mempengaruhi khalayak, iaitu dengan pengadunan gaya personifikasi frasa '*mata dunia*', gaya bahasa simile, iaitu '*ibarat kita terus mengakar ke tanah*' serta gaya bahasa metafora dengan menggunakan '*tanah*' sebagai perbandingan sesuatu yang berada di bawah. Penggunaan gaya bahasa ini dilihat dapat membakar semangat dan menimbulkan kesedaran dalam kalangan pendengar sekali gus didapati mampu mempengaruhi pendengar untuk bersama-sama mengangkat martabat UiTM sebagai universiti yang mantap di peringkat antarabangsa. Ayat ini menunjukkan kredibiliti dan kuasa.

Data ini turut mempamerkan daya kepimpinan dan kuasa yang kuat dan berwawasan, yang mengimbangi cita-cita global dengan nilai budaya yang mendalam. Frasa "*Gah di Mata Dunia*" menyampaikan visi yang jelas untuk universiti mencapai pengiktirafan antarabangsa, yang mencerminkan cita-cita dan arah strategik Naib Canselor. Hal ini menunjukkan keupayaan pemimpin untuk berfikir jauh seterusnya memimpin institusi ke arah kecemerlangan di pentas dunia. Nilai budaya dapat dilihat dengan mengaplikasikan ayat "*bertunjangkan identiti atau asal usul kita dengan berbakti kepada bangsa dan negara*". Hal ini menunjukkan dedikasi Naib Canselor dalam memelihara akar budaya dan misi universiti. Frasa "*terus mengakar ke tanah walaupun dengan kejayaan yang menjulang tinggi*" menguatkan ayat tersebut, melambangkan kestabilan, kerendahan hati, dan ketahanan. Naib Canselor digambarkan sebagai seorang yang memastikan bahawa walaupun dengan kejayaan yang besar, universiti tetap berpijak pada prinsip dan akarnya, yang menunjukkan autoriti serta rasa tanggungjawab dalam kepimpinan. Secara keseluruhannya, ayat ini mencerminkan seorang pemimpin yang berfikir jauh ke hadapan dan pada masa yang sama berpegang teguh pada tradisi, menandakan seorang tokoh yang kuat dan berwibawa di pucuk pimpinan universiti.

Logos

Strategi retorik logos pula dapat diteliti berdasarkan pernyataan berikut.

5. **Pada tahun lepas**, sebanyak 801 program telah dilaksanakan yang melibatkan komuniti dengan 56 projek geran di bawah *Knowledge Transfer Programme* (KTP). Dalam memantapkan pembentukan jaringan atau *establishment* dengan komuniti, kesinambungan keterlibatan bersama industri, komuniti setempat dan alumni merupakan kunci kekuatan bagi memastikan kerjasama dan "ukhuwah setempat" terjalin, selain menyokong usaha kerajaan kepada "*zero poverty*".
H17:P92:B1-7
6. Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) akan menerajui *Research and Subject Matter Expert Mentoring Programme* bagi kedua-dua bidang Sains dan Teknologi serta Sains Sosial melalui pepadanan para akademik dan penyelidik UiTM **bersama pakar bidang terkemuka dunia** dari institusi antarabangsa seperti National University of Singapore, King's College London, United Kingdom, University Gadjah Mada, Indonesia, dan banyak lagi.
H27:P146:B1-7

Berdasarkan hasil analisis kajian, logos merupakan strategi retorik yang paling dominan dimanfaatkan dalam amanat ini. Hal ini demikian kerana, antara tujuan amanat tahun baru sesebuah universiti adalah untuk merangkumi refleksi pencapaian dan kejayaan yang dicapai pada tahun sebelumnya. Dengan menyoroti pencapaian ini, pengucap selaku pemimpin universiti dapat membina keyakinan warga universiti untuk melakar kejayaan seterusnya pada tahun semasa dan masa akan datang. Dengan kata lain, Amanat Naib Canselor merupakan alat komunikasi strategik yang membantu menyelaraskan komuniti universiti dengan visinya, merayakan kejayaannya, dan bersiap untuk usaha masa depan.

Oleh yang demikian, hasil dapatan kajian menemui logos yang digunakan dalam data kajian dapat dikategorikan kepada dua jenis, iaitu (i) pembuktian berdasarkan pencapaian yang telah ditempa dan (ii) pembuktian perancangan universiti ke arah menjadi universiti yang dikenali dunia. Justeru, pada data 5 dapat dilihat pengucap memberikan pembuktian perkara yang telah UiTM lakukan pada 2023 bagi mengukuhkan jaringan UiTM dengan pihak komuniti, industri dan alumni sekali gus meningkatkan penyelidikan dalam kalangan warga pendidiknya, iaitu pelaksanaan 801 program yang melibatkan 56 geran. Pembuktian ini akan meyakinkan pendengar tentang kesungguhan usaha dan inisiatif yang telah dilakukan oleh pihak universiti bagi melonjakkan nama UiTM khususnya dalam bidang penyelidikan.

Data 5 juga memaparkan kredibiliti dan kuasa Naib Canselor dengan menonjolkan kepimpinan strategik, visi kolaboratif, dan komitmen terhadap impak sosial. Kepimpinan strategik dapat dilihat pada frasa *Knowledge Transfer Programme (KTP)* yang memperkukuhkan keupayaan Naib Canselor untuk memimpin inisiatif yang bukan sahaja meningkatkan hubungan akademik dan industri, tetapi juga memupuk perkongsian ilmu dengan komuniti. Ini menunjukkan beliau merupakan pemimpin yang berpandangan jauh dan aktif dalam membentuk kerjasama bermakna, yang sekali gus memperkuat reputasi universiti.

Selain itu, visi kolaboratif dipaparkan dengan menekankan kepentingan "*kesinambungan keterlibatan bersama industri, komuniti setempat dan alumni*", Naib Canselor menunjukkan komitmen terhadap kerjasama jangka panjang yang mampan. Ini mencerminkan kepimpinannya yang memahami betapa pentingnya membina rangkaian yang kukuh dan berpanjangan antara universiti dan ekosistemnya yang lebih luas, yang memperkukuh lagi kredibiliti mereka sebagai pemimpin yang menghargai kolaborasi dan inovasi.

Kepimpinan dan kuasa sebagai Naib Canselor juga terpapar melalui komitmen terhadap impak sosial menerusi frasa *ukhuwah setempat*" dan "*menyokong usaha kerajaan kepada zero poverty*". Kedua-dua frasa ini menonjolkan dedikasi Naib Canselor dalam menangani cabaran masyarakat, terutamanya kemiskinan. Hal ini menunjukkan Naib Canselor sebagai seorang pemimpin yang bukan sahaja mementingkan kecemerlangan akademik tetapi juga komited dalam menyumbang kepada pembangunan negara dan kesejahteraan sosial. Ini mengukuhkan pengaruh dan kuasanya dalam menyelaraskan matlamat universiti dengan inisiatif kerajaan yang lebih besar, menjadikan institusi ini sebagai pemain utama dalam pembangunan komuniti. Secara keseluruhannya, data 5 ini mempersembahkan Naib Canselor sebagai seorang yang berwawasan, kolaboratif, dan bertanggungjawab secara sosial, memancarkan kredibiliti melalui kepimpinan yang strategik serta penuh dengan keprihatinan terhadap cabaran masyarakat.

Sementara itu, data 6 menunjukkan pengaplikasian strategi logos, iaitu pembuktian kategori kedua, iaitu pengucap menyampaikan bukti usaha yang bakal dilakukan oleh UiTM bagi memantapkan penyelidikan, iaitu mengadakan usaha sama menerusi sistem 'mentoring' bersama pakar dari universiti luar berdasarkan kepakaran dan bidang masing-masing. Pembuktian ini secara tidak langsung meyakinkan pendengar khasnya warga akademik UiTM bahawa UiTM benar-benar cakna untuk meningkatkan kualiti penyelidikan dalam kalangan pensyarahnya.

Data ini juga memaparkan kredibiliti dan kuasa Naib Canselor melalui kepimpinan dalam penyelidikan dan inovasi. Hal ini jelas apabila beliau menyatakan bahawa Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) akan menerajui *Research and Subject Matter Expert Mentoring Programme*'. Ayat ini mencerminkan pendekatan proaktif dalam meningkatkan kemampuan penyelidikan universiti. Secara tidak langsung, ia menunjukkan kepimpinan yang kukuh dalam mengutamakan penyelidikan dan inovasi, yang merupakan komponen kritikal dalam misi sesebuah universiti.

Seterusnya, apabila beliau menyebut mengenai kerjasama dengan institusi antarabangsa terkemuka seperti *National University of Singapore*, *King's College London*, dan *University Gadjah Mada*, ia menggambarkan komitmen Naib Canselor dalam membina rangkaian global. Ini meningkatkan kredibiliti universiti dengan mengaitkannya dengan institusi yang terkenal, menunjukkan usaha untuk meningkatkan kualiti pendidikan dan penyelidikan di UiTM. Penekanan program pada

pemadanan para akademik dan penyelidik dengan pakar dunia menunjukkan dedikasi untuk memupuk kecemerlangan dalam akademik. Ini selari dengan visi Naib Canselor untuk memposisikan UiTM sebagai pemimpin dalam bidang sains dan teknologi serta sains sosial, yang meningkatkan reputasi universiti dan menarik bakat.

Tidak ketinggalan juga dengan menyatakan peluang mentor untuk akademik dan penyelidik, Naib Canselor sedang melabur dalam pembangunan profesional anggota fakulti. Ini mencerminkan komitmen untuk memupuk bakat dan kepakaran dalam universiti, menguatkan idea bahawa kepimpinan bukan sahaja tentang visi tetapi juga tentang memberdayakan orang lain. Rumusannya, data 6 ini menyoroti Naib Canselor yang berpandangan jauh dan strategik, mampu meningkatkan kedudukan global universiti dan pengeluaran penyelidikan, sekali gus memancarkan kredibiliti dan kepimpinan yang kuat.

5. Kesimpulan

Berdasarkan perbincangan di atas, jelaslah bahawa Amanat Naib Canselor UiTM 2024 memanfaatkan komunikasi persuasif menerusi strategi retorik Aristotle, iaitu ethos, pathos, dan logos dan secara tidak langsung memaparkan aspirasi kepimpinan beliau. Logos (pembuktian) didapati paling dominan digunakan sebagai strategi pemujukan. Hal ini kerana untuk membuktikan pencapaian yang telah diperoleh serta mendapatkan kepercayaan tentang keupayaan sesebuah universiti mencapai visi dan misinya, diperlukan hujah dalam bentuk fakta dan untuk meyakinkan warganya. Dapatan menarik daripada kajian ini ialah pembuktian yang dikemukakan berbentuk (i) pencapaian dan hasil usaha yang telah dilakukan pada tahun sebelumnya dan (ii) perancangan yang bakal dilakukan pada tahun semasa.

Bagi strategi ethos (kredibiliti) pula, menariknya pengucap tidak mempamerkan kredibiliti peribadi dirinya sebagai pemimpin universiti tersebut, sebaliknya menonjolkan kredibiliti UiTM sebagai universiti yang mampu berdaya saing di peringkat global. Hal ini dilihat sebagai langkah bijak bagi menimbulkan kebanggaan warga UiTM terhadap universiti tersebut dan seterusnya terus berusaha membantu meningkatkan pencapaian UiTM pada masa hadapan. Hal ini mempamerkan daya kepimpinan yang bijak kerana pengucap tidak menonjolkan kredibilitinya secara langsung malah mengambil pendekatan untuk menonjolkan keupayaan universiti. Kejayaan yang dihasilkan oleh sesebuah universiti ini secara tidak langsung sebenarnya memaparkan daya kepimpinan Naib Canselor yang dapat melonjakkan prestasi universiti.

Pengaplikasian strategi pathos (emosi) pula dilihat menerusi dua bentuk rayuan emosi. Emosi tersebut terdiri daripada sedih, memberi semangat serta ucapan penghargaan. Rayuan emosi ini menjadi lebih istimewa dengan kehadiran gaya bahasa metafora, simile dan personifikasi yang diadun menjadikan penyampaian amanat ini lebih menarik. Justeru, menggunakan pathos dalam keadaan tertentu sangat berkesan untuk mendekati pendengar secara emosi.

Kebijaksanaan pengucap menyusun mesej dengan menggarap strategi kredibiliti, emosi dan pembuktian dalam wacana umum tersebut dilihat mampu mempengaruhi warga UiTM mendukung gagasan idea yang diketengahkan. Tambahan pula, pendekatan pengucap tersebut dilihat terampil dalam memposisikan diri sebagai pemimpin UiTM untuk meyakinkan pendengar bersama-sama melonjakkan nama UiTM.

Kesimpulannya, strategi retorik yang digunakan dalam Amanat Naib Canselor UiTM 2024 jelas menekankan aspirasi hala tuju universiti melalui penggunaan bahasa yang mempengaruhi persepsi dan menyampaikan kuasa. Hal ini dapat dilihat dalam beberapa aspek:

1. Bahasa Kepemimpinan dan Berpengaruh: Amanat ini menggunakan bahasa kepimpinan yang memberi arahan dan menetapkan visi universiti, iaitu penekanan diberikan kepada transformasi dan inovasi. Gaya ini menunjukkan kuasa institusi dan ketegasan dalam mencapai matlamat pendidikan tinggi.
2. Bahasa Kesatuan dan Solidariti: Retorik yang dipilih mengandungi unsur penyatuan warga UiTM, menekankan kerjasama dan kebersamaan warga UiTM, iaitu antara staf dan pelajar

untuk mencapai matlamat universiti. Bahasa ini memupuk kuasa kolektif untuk perubahan positif.

3. Bahasa yang Strategik: Strategi bahasa yang digunakan menjurus kepada pemeraksanaan warga UiTM khususnya staf dan pelajar, selari dengan aspirasi untuk membina bakat dan mencapai kesejahteraan bersama. Hal ini sekali gus menunjukkan kuasa untuk membimbing perubahan sosial dan akademik.

Secara keseluruhannya, strategi retorik yang digunakan dalam amanat ini selaras dengan konsep bahasa dan kuasa dalam konteks hala tuju universiti.

Rujukan

- Abdullah Hassan & Ainon Mohd. (2003). *Teori dan Teknik Ucapan Berpengaruh*. Utusan Publication. Sdn. Bhd.
- Abdulrahman AlKhirbash. (2010). *Persuasive language in selected speeches of Tun Dr. Mahathir Mohamad*. [Disertasi doktor falsafah tidak diterbitkan]. Universiti Putra Malaysia.
- Aisyah, Meidy. (2022). Ethos, pathos, logos dan komunikasi publik: A systematic literature review. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 442-469. <http://dx.doi.org/10.46930/ojsuda.v30i3.2066>
- Alamsyah Tawakkal, Awang Azman Awang Pawi & Surinderpal Kaur. (2019). A rhetoric of Jokowi on the last day of campaign speech on 13 April 2019: the persuasion of logos, pathos, ethos. *Infrastructure University Kuala Lumpur Research Journal*, 7(2), 98-106. <https://myjurnal.mohe.gov.my/public/article-download.php?id=152848>
- Demirdogen, U. D. (2010). The roots of research in (political) persuasion: Ethos, pathos, logos and the yale studies of persuasive communications. *International Journal of Social Inquiry*, 3(1), 189-201.
- Ekanjume-Ilongo, B., & Thuube, R. (2016). Text as constitutive of social reality: The case of the inaugural speech of the 9th Vice Chancellor of the National University of Lesotho. *International Journal of Research in Humanities and Social Studies*, 3(2), 37-43.
- Ekpong, J. N. (2018). *Rhetoric and Persuasion in Digital Age*. University Press Plc.
- Farzana Adnan & Suziana Mad Saad. (2020). Analisis Wacana Kritis Bahasa dan Kuasa: Kepimpinan dan Permuafakatan, *Jurnal Wacana Sarjana*, 4(3), 1-18. <http://journalarticle.ukm.my/16786/1/320>
- Gabrielsen, J. & Christiansen, T. J. (2010). *The Power of Speech*. Gyldendal.
- Hairul Azhar Mohamad et al. (2023). Rhetorical analysis of Aristotelian appeal of ethos in academic research compositions. *Jurnal Linguistik*, 27(2), 30-42. <https://plm.org.my/ejurnal/index.php/jurnallinguistik/issue/view/33>
- Herrick, J. A. (2017). *The History and Theory of Rhetoric: An introduction (6th Edition)*. Routledge.
- Higgins, C. & Walker, R. (2012). Ethos, logos, pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports. *Accounting Forum*, 36, 194-208.
- Intan Fitri Aisyah Hamzah, Naqibah Izzati Mohamad Johan & Noor Hanim Rahmat. (2019). Ethos, pathos, logos: the versatility of a hijab video advertisement. *European Journal of Literature, Language and Linguistics Studies*, 3(3), 82-99. <https://oapub.org/lit/index.php/EJLLL/article/viewFile/134/164>
- Isai, K., Lin, T., Ching, H. S., Selvajothi, R., & Maruthai, E. (2020). Using a rhetorical approach of ethos, pathos and logos by Malaysian engineering students in persuasive email writings. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(4), 19-33. <https://doi.org/https://doi.org/10.47405/mjssh.v5i4.386>
- Lee Ai Chat. (2001). *Analisis teks ucapan politik bahasa Melayu dari segi retorik: Satu kajian kes terhadap ucapan politik Dr. Mahathir Mohamad*. [Tesis sarjana tidak diterbitkan]. Universiti Malaya.
- Mshvenieradze, T. (2013). Logos, ethos and pathos in political discourse. *Theory and Practice in Language Studies*, 3(11), 1939-1945. <https://10.4304/tpls.3.11.1939-1945>
- Neng Lia Marliana, Mohammad Fadzeli Jaafar & Harishon Radzi. (2023). Kajian intertekstualiti menerusi bahasa dan kepimpinan. *Jurnal Linguistik*, 27(1), 34-47. <https://ejurnal.plm.org.my/index.php/jurnallinguistik/article/view/269/187>
- Norhaifa Bakar. (2004). *Retorik pengucapan Datuk Abu Hasan Din Al-Hafiz*. (Latihan Ilmiah yang belum diterbitkan). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Nurul Nadiah, M., & Aini, M. (2021). *Strategies in Contemporary Digital Communication*. Universiti Malaya Press.
- Nurul Nadiah Zamri & Zulkefli Aini. (2021). Retorik dalam dakwah Nik Abdul Aziz Nik Mat. *Jurnal Pengajian Islam*, 14(Special Edition), 149-158. <https://jpi.uis.edu.my/index.php/jpi/article/view/63/58>
- Rohaidah Haron. (2016). Interdiskusiviti dalam wacana perutusan: Tumpuan terhadap Amanat Naib Canselor 2015. Dlm. Mohd. Taufik Arridzo Mohd. Balwi, Ahmad Ramizu Abdullah & Madiawati Mamat (Pny.), *Pengajian Melayu kontemporari*. Akademi Pengajian Melayu.

- Shahrin bin Sahib @ Sahibuddin. (2024). *Amanat Naib Canselor UiTM 2024*. UiTM Institutional Repository. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/9781/>
- Suwandonadi Simanullang. 2018. *Rhetorical strategies by Governor Candidates in the Jakarta Electoral Debate 2017*. [Tesis sarjana tidak diterbitkan]. State University of Medan.
- Ting Su Hie. (2018). Ethos, logos and pathos in university students' informal requests. *GEMA Online® Journal of Language Studies*, 18(1), 234-251. <http://doi.org/10.17576/gema>
- Zamimah Osman. (2020). Retorik dalam penulisan teks ucapan. Dlm. Hishamudin Isam, Mashetoh Abd. Mutalib & Zamimah Osman (Pny.), *Linguistik terapan daripada perspektif pengguna dan penggunaan*. Penerbit UUM.
- Zoriati Osman. (2005). *Retorik pujukan: kajian kes ceramah Haji Hadi Awang*. [Tesis sarjana tidak diterbitkan]. Universiti Malaya.
- Zulkifli Ahmad Hamid. (1985). *A rhetorical analysis of the selected speeches of Tunku Abdul Rahman Putra on the issues of independences for Malaya 1951-1957*. [Disertasi doktor falsafah tidak diterbitkan]. University of Ohio.

Biodata Penulis

Midiyana Mohamad ialah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Melayu, Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Bidang pengkhususan ialah Analisis Kontrastif, dan Terjemahan. Selain itu, turut meminati dan menulis makalah dalam beberapa subbidang linguistik yang lain, seperti Tatabahasa Bahasa Melayu, Retorik dan Budaya.

Farah Hanini Abdul Rahman merupakan Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Melayu, Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Bidang pengkhususan ialah Retorik serta Protokol dan Etika Sosial. Turut meminati dan menulis makalah dalam beberapa subbidang bahasa dan linguistik, seperti Sociolinguistik, Budaya dan Pemikiran.

Amirah Ahmad merupakan Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Melayu, Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Bidang pengkhususan ialah Pragmatik serta Bahasa dan Media Interaktif. Turut meminati dan menulis makalah dalam beberapa subbidang bahasa gunaan, seperti Terjemahan, Peristilahan dan Retorik.

Nor Azita Che Din ialah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Melayu, Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Bidang pengkhususan ialah Budaya dan Kosmologi Melayu. Selain itu, turut meminati dan menulis makalah dalam beberapa subbidang bahasa seperti Retorik.

Nurrisammimayantie Ismail ialah Pensyarah Kanan di Jabatan Pengajian Melayu, Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Bidang pengkhususan ialah Sociolinguistik. Selain itu, turut meminati dan menulis makalah dalam beberapa subbidang linguistik seperti Retorik dan Pragmatik.