

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Retorika Dakwah

##### I. Pengertian Retorika Dakwah

Retorika dari segi bahasa bersal dari bahasa Yunani yaitu "*rheter*" yang berarti seorang juru ahli pidato yang mempunyai persamaan kata yaitu orator'. Didalam Bahasa Arab disebut sebagai *fannul khitobah*. Retorika adalah kesenian menggunakan bahasa untuk menghasilkan kesan atau pesan yang diinginkan terhadap pembaca atau pendengar.

Di dalam Bahasa Arab, retorika dikenal dengan istilah *fannul khitobah*, yang dapat diartikan sebagai seni berbicara atau seni pidato. *Fannul khitobah* merujuk pada kemampuan untuk menyusun dan menyampaikan kata-kata dengan cara yang memukau, meyakinkan, dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi. Dalam tradisi budaya Arab, retorika sering digunakan dalam berbagai bentuk pidato, baik dalam konteks keagamaan, politik, maupun sosial.

Secara umum, retorika dapat didefinisikan sebagai seni atau keterampilan menggunakan bahasa untuk menghasilkan kesan atau pesan yang diinginkan terhadap pembaca atau pendengar. Tujuan utama dari retorika adalah untuk meyakinkan, memengaruhi, atau menggerakkan *audiens* dalam cara yang logis, emosional, dan etis. Dalam praktiknya, retorika seringkali melibatkan berbagai teknik, seperti pemilihan kata yang tepat, penggunaan metafora, struktur kalimat yang jelas dan mengalir, serta intonasi yang tepat untuk menciptakan efek yang diinginkan.

Dalam kajian retorika, ada tiga aspek penting yang menjadi fokus utama, yaitu: *etos* (karakter pembicara atau kredibilitas), *logos* (alasan atau logika yang digunakan dalam argumen), dan *pathos* (emosi yang dihadirkan kepada audiens). Ketiga aspek ini saling

mendukung dalam menciptakan sebuah pidato atau karya tulis yang efektif dan mempengaruhi pendengar atau pembaca.

Retorika juga memiliki peranan yang sangat penting dalam berbagai bidang, seperti politik, pendidikan, dan komunikasi publik. Misalnya, dalam politik, pidato-pidato retorik digunakan oleh para pemimpin untuk memenangkan hati rakyat dan meyakinkan mereka tentang kebijakan atau visi tertentu. Dalam dunia pendidikan, retorika membantu pengajaran dalam menyampaikan materi dengan cara yang menarik dan mudah dipahami.

Pada dasarnya, retorika tidak hanya terbatas pada pidato atau presentasi verbal, namun juga dapat diterapkan dalam bentuk tulisan, seperti esai, artikel, dan karya sastra. Dengan menguasai seni retorika, seseorang dapat meningkatkan kemampuan komunikasi, baik dalam berbicara maupun menulis, sehingga lebih efektif dalam menyampaikan ide dan pesan kepada audiens.

Sedangkan secara luas retorika adalah seni atau ilmu yang mengajarkan kaidah-kaidah penyampaian tutur kata yang efektif melalui lisan atau tulisan untuk mempengaruhi pihak lain. Sedangkan dalam arti sempit yaitu seni atau ilmu tentang prinsip-prinsip pidato yang efektif.

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah keterampilan berbahasa secara efektif dalam karang mengarang atau seni berpidato yang muluk-muluk atau bombastis.<sup>10</sup>

Dengan demikian retorika adalah bagaimana seseorang yang berbicara menggunakan bahasa yang baik dan bisa diterima sehingga mempengaruhi orang lain dengan tujuan yang baik sehingga bisa bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain. Retorika bisa disamakan dengan seni atau kepandaian dalam berpidato, atau berbicara dengan

---

<sup>10</sup> M. H. Isra, *Retorika dan Dakwah Islam Era Modern*, (Jakarta, CV. Firdaus, 1993). cet ke-1, hal. 1

tujuan menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka bias mengikuti kehendak kita.<sup>11</sup>

Dalam ilmu komunikasi retorika diartikan sebagai sebuah cara dalam seni berbicara di depan khalayak umum yang menuntut kelancaran berbicara, control emosi, pemilihan kata dan nada bicara, kemampuan untuk mengendalikan suasana, dan juga penguasaan bahasa yang akan dibicarakan.

Adapun pendapat para ahli yang mendefinisikan retorika dalam istilah sebagai berikut:

- a. Jalaludin Rahmat mengatakan retorika adalah pemekaran bakat tertinggi manusia, yakni rasio dan cita rasa lewat bahasa selaku kemampuan untuk berkomunikasi dalam medan pikiran.<sup>12</sup>
- b. I Gusti Ngurah Oka mengatakan retorika adalah ilmu yang mengajarkan tindak dan usaha yang efektif dalam persuasi dalam penataan dan penampilan kultur untuk membina dan saling pengertian, dan kerja sama serta kedamaian dalam kehidupan masyarakat.<sup>13</sup>
- c. Wahidin Saputra mengatakan bahwa retorika adalah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana bertutur kata di hadapan orang lain dengan sistem, logis, untuk memberikan pemahaman dan menyakinkan orang lain.

Menurut para ahli di atas dapat disimpulkan retorika adalah gaya penyampaian pesan dengan baik dan benar sehingga dapat diterima oleh orang lain tanpa ada unsur paksaan dan cara mengungkapkan diri sendiri dihadapan orang banyak atau pada diri sendiri, bisa melalui bahasa, tingkah laku perbuatan, dan pakaian

<sup>11</sup> Yusuf Zainal Abidin, Pengantar Retorika, Bandung, Pustaka Setia, 2013, hal. 16.

<sup>12</sup> Jalaludin Rahmat, Retorika Modern Pendekatan Praktis, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1998. Hal. 5

<sup>13</sup> I Gusti Ngurah Oka, Retorika Sebuah Tinjauan Sejarah Pengantar, Bandung, Terate, 1976, cet. Kel, hal 13

sehingga orang-orang yang melihat kita akan bias faham dengan apa yang kita lakukan tanpa memberi tahu secara langsung. Dalam retorika ada tiga macam gaya yaitu: Gaya bahasa, gaya suara, dan gaya gerak tubuh.<sup>14</sup>

- a. Gaya bahasa yaitu cara menggunakan bahasa yang baik dan benar sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Dengan demikian Gaya bahasa memiliki tiga unsur yaitu: kejujuran, sopan santun dan menarik.
- b. Gaya suara yaitu pemilihan suara yang enak didengar sesuai serasi keinginan pendengar.
- d. Gerak tubuh juga bisa menguatkan gaya pidato atau ceramah sehingga para penceramah merasa tidak kaku.

## 2. Jenis – Jenis Retorika

### a. *Monologika*

*Monologika* adalah ilmu yang membahas seni berbicara secara monolog, dimana hanya ada seorang yang berbicara. Bentuk – bentuk yang tergolong dalam monolog adalah pidato, kata sambutan, kuliah, ceramah, dan deklamasi.

### b. *Dialogika*

*Dialogika* adalah ilmu tentang seni berbicara secara dialog, dimana ada dua orang atau lebih berbicara atau mengambil bagian dalam suatu proses pembicaraan, bentuk dialog yang penting adalah diskusi, tanya jawab, perundingan, percakapan, dan debat.

### c. *Pembinaan*

*Pembinaan* adalah teknik berbicara merupakan syarat bagi retorika. Oleh karena itu pembinaan teknik berbicara merupakan bagian yang penting dalam retorika. Dalam bagian

---

<sup>14</sup> Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal.113

ini perhatikan lebih diarahkan pada pembinaan teknis bernapas, Teknik mengucap, teknik berbicara dan mengucap.<sup>15</sup>

### 3. Teknik Retorika

Ketika menyampaikan suatu pesan kepada khalayak, maka diperlukan cara atau teknik retorika agar pesan yang disampaikan tersebut dapat diterima. Adapun teknik retorika menurut Jalaluddin Rakhmat yaitu:

#### a. *Informatif*

Adalah bertujuan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Biasanya informasi yang disampaikan merupakan wawasan baru yang dimiliki oleh orang lain. Dan khalayak diharapkan untuk mengetahui dan memahami apa yang disampaikan.

#### b. *Persuasif*

Adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Persuasif bersifat mempengaruhi pendengar. Dalam teknik persuasif terdapat formula segitiga retorika, iyalah metode yang sangat berguna untuk menyusun pesan-pesan yang tepat dalam penerapan prinsip persuasif." Aristoteles menerangkan bahwa model persuasif berdasarkan segitiga retorika terdiri dari:

- 1) *Ethos* (etika/kredibilitas) adalah karakter, intelegensi (pengetahuan yang luas), dan niat baik yang dipersiapkan dari seseorang pembicara. Gaya retorika merupakan *ethos* dalam menyampaikan pesan dakwah. Tujuan dari teknik atau *ethos* ialah untuk memberikan

---

<sup>15</sup> Wes,richer dan Turner, *pengantar teori komunikasi*. Jakarta, Selamba Humanika, 2007. Hal 343

penerangan kepada pendengar melalui pengetahuan luas. Ada tiga kategori *ethos* yaitu *phronesis* atau kemampuan dan kebijaksanaan yang berarti kepakaran dan kecerdasan sang pembicara.

- a. *arete* atau kebaikan dan kehebatan sang pembicara yang dinilai sebagai kredibilitas serta reputasinya.
- b. *eunoia* atau niat baik komunikator kepada audiens-nya.

Ketiga unsur ini penting karena berkaitan dengan penerimaan pendengar terhadap moralitas dan integritas dari orang yang berbicara.

- 2) *Phatos* (emosi) Yaitu penyampaian ajakan menggunakan efek emosi positif maupun negatif (menyentuh hati khalayak). Tujuan teknik *phatos* berupa harapan untuk menarik perhatian pendengar. Penyampaian argumentasi *phatos* inilah yang menguatkan unsur persuasinya. *Phatos* adalah penentu dari persetujuan pendengar pada pemaparan sang pembicara.
- 3) *Logos* (logika) Yaitu meyakinkan khalayak dengan mengajukan bukti. Melalui teknik ini berarti anda mendekati khalayak lewat otaknya. Struktur bahasa yang rasional dan proporsional akan ditangkap dengan jelas oleh pikiran para pendengar.

#### 4. Unsur- Unsur Retorika

Menurut Aristoteles dalam karyanya *Rhetorica*, retorika terdiri atas tiga unsur utama, yakni pembicara, audiens, dan pesan yang disampaikan. Unsur-unsur tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pembicara

Pembicara adalah individu yang menyampaikan pesan secara lisan kepada audiens. Dalam praktiknya, pembicara

tidak hanya mengandalkan vokal sebagai media komunikasi, tetapi juga menggunakan ekspresi tubuh seperti gerakan tangan, isyarat non-verbal, mimik wajah, serta perubahan ekspresi wajah. Tujuan dari penggunaan unsur-unsur non-verbal ini adalah untuk menarik perhatian audiens dan memperkuat efektivitas penyampaian pesan.

b. Audiens

Audiens merupakan pihak penerima pesan, baik secara individu maupun kelompok. Dalam konteks retorika, pemahaman terhadap karakteristik, latar belakang, dan ekspektasi audiens menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh pembicara. Hal ini bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan menghasilkan respons yang diharapkan.

c. Pesan

Pesan adalah isi atau materi pokok dari komunikasi yang dilakukan. Pesan harus disusun secara sistematis dan logis agar mampu merangsang daya pikir serta menyentuh aspek emosional audiens. Struktur pesan yang baik akan meningkatkan efektivitas retorika dan mendorong tercapainya tujuan komunikasi.<sup>16</sup>

Seorang pembicara perlu secara jelas mengidentifikasi dan mengklasifikasikan karakteristik khalayaknya, apakah bersifat bersahabat, netral, atau bahkan bermusuhan. Klasifikasi ini menjadi landasan penting dalam menentukan jenis serta organisasi pesan yang akan disampaikan. Lebih lanjut, pemahaman mengenai variabel-variabel demografis dan psikografis seperti ukuran audiens, latar belakang pekerjaan, status sosial, tingkat pendidikan, minat, serta sistem kepercayaan khalayak sangatlah krusial. Pengetahuan menyeluruh tentang karakteristik khalayak sasaran merupakan

---

<sup>16</sup> Gentasri Anwar. Op.Cit, hlm. 74

prasyarat utama dalam kegiatan retorika, karena hal tersebut akan memengaruhi pemilihan materi tutur, sifat penyampaian, serta gaya tutur yang digunakan. Dengan demikian, strategi retorika dapat dirancang secara efektif agar pesan yang disampaikan memperoleh penerimaan optimal dari khalayak.<sup>17</sup>

## 5. Hukum Retorika

Dalam karya Aristoteles berjudul *De Arte Rhetorica*, terdapat lima tahapan penting dalam seni berbicara yang dikenal sebagai Lima Hukum Retorika (*The Five Canons of Rhetoric*). Kelima tahapan ini mencakup: *Inventio* (Penemuan), *Dispositio* (Penyusunan), *Elocutio* (Gaya), *Memoria* (Memori), dan *Pronuntiatio* (Penyampaian). Berikut penjelasan lebih mendalam mengenai masing-masing tahapan tersebut.<sup>18</sup>

### a. *Inventio* (Penemuan)

Tahap pertama ini berfokus pada proses pencarian dan pengumpulan argumen yang relevan dan meyakinkan. Pembicara harus menggali topik secara mendalam dan memahami audiens untuk menentukan metode persuasi yang paling efektif. Aristoteles menekankan pentingnya penyesuaian argumen dengan situasi dan kebutuhan audiens. Proses ini melibatkan identifikasi bukti, contoh, dan alasan yang dapat mendukung pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, dalam tahap ini juga, pembicara merumuskan tujuan dan mengumpulkan bahan (argumen) yang sesuai dengan kebutuhan khalayak.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Sunarto As, Op.Cit, hlm. 29

<sup>18</sup> Moch. Ferdy Ardiansyah. "Analisis Retorika Basuki Tjahaja Purnama Dalam Kampanye Rakyat Pemilihan Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta di Rumah Lembang (Kajian Retorika Aristoteles)", Jurnal: bahasa dan sastra Indonesia. Vol. 01 Nomor 01 Tahun 2012. hlm. 5

<sup>19</sup> Dhanik Sulistyarini dan Dra Anna Gustina Zainal. Op.Cit, hlm. 24

b. *Dispositio* (Penyusunan)

Setelah argumen ditemukan, tahap selanjutnya adalah menyusun pesan secara logis dan sistematis. Aristoteles menyebutnya sebagai *taxis*, yang berarti pembagian. Pesan dibagi menjadi beberapa bagian yang saling terkait, mengikuti pola berpikir manusia yang umum: pengantar (*exordium*), pernyataan (*narratio*), argumen (*confirmatio*), dan epilog (*peroratio*). Pengantar berfungsi untuk menarik perhatian audiens, membangun kredibilitas pembicara (*ethos*), dan menjelaskan tujuan komunikasi.

c. *Elocutio* (Gaya)

Tahap ini berkaitan dengan pemilihan bahasa dan gaya penyampaian. Pembicara harus memilih kata-kata yang tepat, jelas, dan sesuai dengan audiens serta konteks. Aristoteles menyarankan penggunaan bahasa yang benar dan dapat diterima, serta menyusun kalimat yang indah dan hidup. Selain itu, penggunaan gaya bahasa seperti metafora, simile, dan paralelisme dapat memperkuat pesan dan membuatnya lebih menarik.<sup>20</sup>

d. *Memoria* (Memori)

Pada tahap ini, pembicara harus mengingat dan menguasai materi yang akan disampaikan. Aristoteles menekankan pentingnya penguasaan materi agar penyampaian dapat dilakukan dengan lancar dan meyakinkan. Meskipun pada masa kini penggunaan catatan atau alat bantu lainnya umum, penguasaan

---

<sup>20</sup> Isbandi Sutrisno dan Ida Wiendijarti "Kajian Retorika Untuk Pengembangan Pengetahuan dan Ketrampilan Berpidato", Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 12, Nomor 1, (Januari- April 2014), hlm. 77

materi tetap menjadi kunci dalam menyampaikan pesan secara efektif.<sup>21</sup>

e. *Pronuntiatio* (Penyampaian)

Tahap terakhir ini berfokus pada bagaimana pesan disampaikan secara lisan. Pembicara harus memperhatikan aspek vokal dan fisik, seperti intonasi suara, volume, kecepatan bicara, kontak mata, ekspresi wajah, dan gerakan tubuh. Penyampaian yang efektif dapat meningkatkan daya tarik dan kekuatan persuasi pesan yang disampaikan.<sup>22</sup> Demosthenes menyampaikan pentingnya *hypocrisis* istilah yang merujuk pada seni penyampaian pidato melalui penguasaan vokal dan gestur tubuh. Menurutnya, aspek ini lebih penting daripada gaya bahasa (*elocutio*) dan struktur pidato (*dispositio*). Demosthenes berpendapat bahwa penyampaian yang kuat dan ekspresif dapat meningkatkan daya tarik dan efektivitas pidato. Gorys Keraf membagi jenis gaya sebagai berikut:

1) Gaya Bahasa berdasarkan pilihan kata

Dalam ragam bahasa baku, terdapat perbedaan antara gaya bahasa resmi, gaya bahasa tidak resmi, dan gaya bahasa percakapan. Sementara itu, ragam bahasa nonbaku tidak dibahas dalam konteks ini karena tidak relevan untuk digunakan dalam penulisan karya ilmiah maupun ilmiah populer.

2) Gaya bahasa resmi

Gaya bahasa resmi merupakan ragam bahasa yang digunakan dalam bentuknya yang lengkap dan sesuai

<sup>21</sup> Dhanik Sulistyarini dan Dra Anna Gustina Zainal.Op.Cit, hlm.26

<sup>22</sup> Jalaludin Rakhmat, "Retorika Modern: Pendekatan Praktis", (Bandung: PT.remaja Rosda Karya 2012), hlm. 6

dengan kaidah kebahasaan yang berlaku. Gaya ini digunakan dalam situasi-situasi formal, seperti dalam khutbah di mimbar, tajuk rencana, pidato resmi, serta artikel-artikel yang bersifat serius dan argumentatif.<sup>23</sup>

### 3) Gaya bahasa tak resmi

Gaya bahasa tidak resmi merupakan ragam bahasa yang tetap berada dalam koridor bahasa standar, namun digunakan dalam situasi yang bersifat nonformal. Meskipun tidak sepenuhnya mengikuti gaya resmi, gaya ini tetap mempertahankan unsur kebakuan secara umum, meskipun dengan pendekatan yang lebih *fleksibel* dan *konservatif*. Gaya bahasa ini umumnya digunakan dalam berbagai bentuk karya tulis seperti buku pegangan, artikel mingguan atau bulanan, serta tulisan yang ditujukan untuk khalayak luas namun tetap informatif. Ciri-ciri gaya bahasa tidak resmi antara lain adalah penggunaan bahasa yang tidak sepenuhnya baku, penerapan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD) yang kurang konsisten, struktur kalimat yang cenderung singkat, serta minimnya penggunaan konjungsi atau kata penghubung. Secara umum, gaya ini bersifat komunikatif dan mudah dipahami. Sementara itu, gaya bahasa percakapan merupakan bagian dari ragam tidak resmi yang lebih dekat dengan bentuk tuturan lisan. Gaya ini memiliki karakteristik yang populer dan banyak menggunakan kosakata serta struktur kalimat khas percakapan sehari-hari.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> I Nengah Martha, "Retorika dan Penggunaanya Dalam Berbagai Bidang", Jurnal Prasi Vol.6, No.12, (Desember 2012), hlm. 64

<sup>24</sup> I Nengah Martha, "Retorika dan Penggunaanya Dalam Berbagai Bidang", jurnal prasi. Vol.6, No.12, (Desember 2012). hlm. 64

#### 4) Gaya Bahasa percakapan

Seiring dengan konsep komunikasi lisan, dikenal pula gaya bahasa percakapan, yaitu ragam bahasa yang digunakan dalam interaksi informal dan bersifat populer. Gaya ini ditandai oleh penggunaan bahasa yang menyerupai tuturan sehari-hari, sehingga lebih mudah diterima oleh khalayak luas dalam konteks komunikasi nonformal. Gaya bahasa percakapan memiliki sejumlah karakteristik linguistik yang khas, antara lain penggunaan kosakata yang tidak baku, kecenderungan untuk memasukkan istilah asing atau serapan, struktur kalimat yang singkat dan padat, penggunaan kata seru, serta dominasi kalimat langsung dalam penyampaian pesan. Keseluruhan ciri ini membentuk identitas gaya bahasa percakapan yang bersifat ekspresif dan komunikatif.<sup>25</sup>

#### 5) Gaya suara

Gaya berbicara merupakan suatu bentuk seni dalam berkomunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian audiens. Salah satu teknik yang digunakan adalah perubahan intonasi suara secara dinamis serta pemberian penekanan pada kata-kata tertentu yang dianggap penting.<sup>26</sup> Menurut T.A. Lathif Rousydy, audiens umumnya lebih tertarik terhadap pidato atau ceramah apabila pembicara memiliki suara yang lembut, enak didengar, dan selaras dengan preferensi psikologis pendengar. Beberapa faktor diketahui memengaruhi

---

<sup>25</sup> I Nengah Martha, "Retorika dan Penggunaanya Dalam Berbagai Bidang", jurnal prasi. Vol. 6, No. 12, (Desember 2012), hlm. 65

<sup>26</sup> Kholid Noviyanto, "Gaya Retorika Da'i dan Prilaku Memilih Penceramah". Jurnal Komunikasi Islam: Vol. 01, No. 01, (Juni 2014), hlm, 127

kualitas gaya vokal seorang pembicara, antara lain intonasi, artikulasi, tempo, dan volume suara:

a) *Pitch*

*Pitch* merupakan tingkat tinggi rendahnya suara yang dihasilkan oleh seorang pembicara. Dalam konteks ilmu musik, *pitch* merujuk pada tangga nada. Dalam praktik komunikasi verbal, penggunaan *pitch* yang terlalu tinggi maupun terlalu rendah sebaiknya dihindari, karena dapat memengaruhi kenyamanan pendengar. Oleh karena itu, penting bagi setiap pembicara untuk mempelajari dan menguasai variasi *pitch* guna mencapai kualitas penyampaian pesan yang optimal. Variasi *pitch* digunakan untuk memberikan penekanan makna dalam pesan yang disampaikan atau untuk menunjukkan aspek-aspek yang dianggap penting oleh pembicara.<sup>27</sup> Dalam kajian linguistik, dikenal lima jenis *pitch* yang umum digunakan dalam berbagai bahasa, yaitu:

- (1) Nada naik (*rising tone*), ditandai dengan simbol garismiring keatas (/), menunjukkan adanya peningkatan intonasi pada akhir frasa atau kalimat.
- (2) Nada datar (*level tone*), ditandai dengan simbol garis datar (-), menggambarkan kestabilan nada selama pengucapan.
- (3) Nada turun (*falling tone*), ditandai dengan simbol garis miring ke bawah (\),

---

<sup>27</sup> Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann, "Retorika Suatu Pendekatan Terpadu", (Jakarta: Erlangga. 1989), hlm. 65

menunjukkan penurunan nada secara bertahap.

- (4) Nada turun-naik (*fall-rise tone*), ditandai dengan simbol (v), menggambarkan pergerakan nada yang menurun terlebih dahulu lalu naik kembali.

- (5) Nada naik-turun (*rise-fall tone*), ditandai dengan simbol (^),

menunjukkan kenaikan nada yang diikuti oleh penurunan. Selain itu, intonasi merupakan pola nada yang menyertai bunyi segmental dalam suatu kalimat.

Intonasi berperan penting dalam mengungkapkan makna emosional, gramatikal, maupun sikap pembicara terhadap informasi yang disampaikan. Dalam hal ini, intonasi dibedakan menjadi empat tingkat nada, yang masing-masing memiliki karakteristik sebagai berikut:

- (a) Nada sangat tinggi, diberi simbol angka 4, menunjukkan suara yang keras dan sangat tinggi, biasanya digunakan untuk ekspresi emosi yang kuat.
- (b) Nada tinggi, diberi simbol angka 3, mencerminkan suara dengan tekanan yang menunjukkan ketegasan atau penegasan makna.
- (c) Nada sedang, diberi simbol angka 2, digunakan dalam kondisi netral atau datar, dengan sedikit ketegangan otot leher saat berbicara.
- (d) Nada rendah, diberi simbol angka 1, mencerminkan suara dengan tekanan minimal dan tanpa ketegangan otot leher, biasanya digunakan dalam situasi biasa atau santai.

b) *Loudnes*

*Loudnes* atau tingkat kekerasan suara merupakan salah satu aspek penting dalam komunikasi lisan, khususnya dalam konteks berpidato atau berbicara di depan umum. Loudness berkaitan dengan keras atau lembutnya suara yang digunakan oleh pembicara, yang penggunaannya perlu disesuaikan dengan situasi dan kondisi komunikasi yang dihadapi. Pengaturan intensitas suara memiliki fungsi yang vital dalam menyampaikan pesan secara efektif.

Variasi dalam tingkat kekerasan suara dapat digunakan untuk memberikan penekanan pada bagian-bagian tertentu dalam ujaran, sehingga membantu audiens dalam memahami ide pokok yang ingin disampaikan. Penekanan ini dapat diwujudkan melalui peningkatan (suara keras) atau penurunan (suara lembut) loudness dari tingkat suara normal. Dengan demikian, penguasaan terhadap aspek ini sangat penting dalam meningkatkan daya tarik dan kejelasan komunikasi verbal.<sup>28</sup>

c) *Rate dan Rhythm*

Rate atau kecepatan berbicara merupakan aspek penting dalam komunikasi lisan yang merujuk pada cepat atau lambatnya laju pengucapan suatu pesan. Kecepatan ini memiliki kaitan erat dengan ritme dan intonasi, yang bersama-sama membentuk pola prosodi dalam

---

<sup>28</sup> Masrun, Skripsi: "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (Keluarga Yang dirindukan rosulullah SAW), pada media youtube" (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), HLM.38

ujaran. Pengaturan kecepatan berbicara perlu diperhatikan secara serius oleh seorang pembicara, karena laju yang tidak sesuai dapat memengaruhi efektivitas penyampaian pesan. Jika kecepatan berbicara terlalu cepat, pendengar cenderung mengalami kesulitan dalam memahami informasi yang disampaikan. Sebaliknya, jika terlalu lambat, perhatian pendengar dapat menurun dan menyebabkan hilangnya keterlibatan audiens.<sup>29</sup> Oleh karena itu, diperlukan pengaturan kecepatan yang seimbang dan selaras dengan ritme berbicara, agar pesan dapat diterima secara optimal oleh pendengar. Kecepatan berbicara secara efektif dapat dikontrol melalui penggunaan pause atau jeda. Jeda berfungsi untuk memberi waktu bagi audiens dalam memproses informasi, serta memungkinkan pembicara menekankan bagian-bagian penting dari pesan yang disampaikan. Dengan demikian, kemampuan untuk mengelola kecepatan dan jeda dalam berbicara menjadi keterampilan esensial yang harus dimiliki oleh setiap komunikator profesional.<sup>30</sup>

d) *Jeda atau Pause*

Jeda merupakan salah satu komponen dari aspek rate atau kecepatan berbicara yang berfungsi sebagai punctuation lisan dalam

---

<sup>29</sup> Gentasri Anwar, "Retorika Praktis Teknik dan Seni Berpidato". (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), hlm. 87

<sup>30</sup> Masrun, Skripsi: "Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat Dalam Ceramah (Keluarga Yang Dirindukan Rasulullah Saw) Pada Media Youtube". (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), hlm. 38

komunikasi verbal. Sebagaimana tanda baca dalam tulisan, jeda berperan penting dalam memperjelas struktur dan makna ujaran. Jeda membantu membagi alur tuturan ke dalam unit-unit pemikiran yang lebih mudah dipahami oleh pendengar. Secara umum, jeda singkat digunakan untuk memisahkan elemen-elemen dalam satu kesatuan pikiran atau untuk memodifikasi ide tertentu, menyerupai fungsi tanda koma dalam bahasa tulis. Sementara itu, jeda panjang berfungsi untuk memisahkan pemikiran yang lengkap, sebagaimana tanda titik, tanda tanya, atau tanda seru dalam tulisan.<sup>31</sup> Dalam praktiknya, jeda dapat diklasifikasikan ke dalam tiga jenis, yaitu:

- (1) Jeda antar kata dalam frasa, ditandai dengan satu garis miring (/), berfungsi memisahkan kata dalam satuan frasa yang masih berhubungan erat secara makna.
- (2) Jeda antar frasa dalam klausa, ditandai dengan dua garis miring (//), digunakan untuk memisahkan unit-unit frasa yang membentuk satu klausa atau ide yang lebih kompleks.
- (3) Jeda antar kalimat dalam wacana, ditandai dengan simbol garis silang (#), berfungsi sebagai pemisah antara kalimat-kalimat yang berdiri sendiri dalam sebuah wacana.

Penggunaan tekanan (intonasi) dan jeda dalam kalimat berbahasa Indonesia memiliki peran yang

---

<sup>31</sup> Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann. Op.Cit, hlm. 66

sangat penting. Kesalahan dalam penerapan jeda atau tekanan dapat menyebabkan perubahan makna dalam kalimat, yang pada akhirnya memengaruhi kejelasan dan efektivitas komunikasi.<sup>32</sup>

5) Gaya gerak tubuh

Gaya ini bukan sekadar tentang gerak, namun tentang jiwa yang berbicara lewat tubuh. Ia mengalir dalam setiap lengkung sikap, dalam cara seseorang berdiri dengan percaya atau ragu. Terpancar dalam pilihan pakaian yang tak hanya menutupi, tapi menyuarakan karakter.

Tersirat pada wajah dalam senyum samar atau dahi yang berkerut dan tangan yang menari bersama emosi. Pandangan mata pun menjadi bahasa, mengungkap lebih banyak dari kata-kata.<sup>33</sup> Berikut adalah jenis – jenis gerak tubuh seseorang dalam berkomunikasi antara lain:

a) Sikap badan dalam berbicara.

Setiap awal pembicaraan adalah momen yang tak bisa diulang ia ibarat pintu pertama menuju hati pendengar. Baik saat duduk maupun berdiri, cara kita memulai menjadi penentu: akankah suara kita didengar, atau hanya lewat begitu saja? Sikap tubuh terutama bagaimana kita berdiri bukan hanya postur semata. Ia adalah isyarat, pesan tanpa kata yang ditangkap mata. Dari sana, pendengar mulai menafsir: apakah kita percaya diri, gugup, tulus, atau sekadar hadir tanpa

<sup>32</sup> Ahmad Hp dan Alek Abdullah, Op.Cit, hlm. 35.

<sup>33</sup> Kholid Noviyanto, "Gaya Retorika Da'i dan Prilaku Memilih Penceramah". Jurnal komunikasi Islam. Vol. 04, No.01, (Juni 2014). hlm. 127

nyawa.Segalanya bermula dari bagaimana kita berdiri di hadapan mereka bukan hanya dengan kaki, tetapi juga dengan keyakinan.

b) Penampilan dan pakaian

Gerak tubuh yang menyertai kata-kata adalah bisikan jiwa yang tak selalu disadari. Ia muncul begitu saja tanpa rencana, tanpa rekayasa mengalir seiring gelombang rasa yang bergolak dalam dada. Itulah gerak penyertan gerakan kecil yang lahir dari kejujuran emosi, bukan dari kepura-puraan. Sebuah anggukan, seulas senyum, atau gerakan tangan yang seolah ingin merangkul perhatian semuanya berbicara lebih dalam dari sekadar ucapan.<sup>34</sup> Namun, jangan kita lupakan pakaian. Ia bukan sekadar kain penutup tubuh, melainkan cermin diri, lambang penghormatan terhadap diri sendiri dan mereka yang mendengar. Sebagian dari kita percaya, bahwa pakaian bisa menambah kewibawaan. Dan itu benar adanya. Sayangnya, masih banyak da'i di negeri ini yang mengabaikan hal itu menganggap penampilan bukan bagian dari pesan yang dibawa. Padahal, cara kita berpakaian adalah bagian dari dakwah itu sendiri pesan diam yang bisa menumbuhkan rasa hormat sebelum kata-kata pun terucap.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> A.W. Widjaja. "Komunikasi-komunikasi dan Hubungan Masyarakat". (Jakarta: Bumi Aksara, 1993).hlm. 49

<sup>35</sup> 30 Gentasari Anwar. Op.Cit, hlm. 59

c) Air Muka dan Gaya Tangan

Penyampaian materi dalam kegiatan berbicara di depan umum seyogianya didukung oleh ekspresi wajah (air muka) yang wajar dan sesuai dengan isi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, materi yang disampaikan tidak hanya tersampaikan melalui kata-kata, tetapi juga dapat dirasakan melalui ekspresi *non-verbal* yang menyertainya. Perlu dipahami bahwa ekspresi wajah tidak semata-mata berfungsi sebagai elemen estetika atau alat untuk menarik perhatian audiens. Lebih dari itu, ekspresi wajah yang tepat memiliki potensi untuk menyentuh aspek emosional dan kognitif pendengar secara langsung. Ekspresi wajah merupakan salah satu komponen utama dalam komunikasi non-verbal. Bentuk-bentuk ekspresi tersebut dapat berupa senyuman, tawa, kerutan pada dahi, mimik yang mengandung unsur humor, hingga gerakan alis yang mengindikasikan keraguan atau keterkejutan. Masing-masing ekspresi ini berperan dalam memperkuat atau bahkan memperjelas pesan yang disampaikan oleh pembicara.<sup>36</sup> Selain ekspresi wajah, gerakan tangan juga memiliki kontribusi signifikan dalam efektivitas penyampaian materi. Dalam konteks ceramah atau pidato, gerakan tangan yang tepat tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga dapat memperkuat daya tangkap mereka

---

<sup>36</sup> Ernest G. Bormann dan Nancy G. Bormann. Op.Cit, hlm. 172

terhadap isi materi. Gerakan tangan yang selaras dengan pesan lisan mampu membentuk representasi visual abstrak dari gagasan yang disampaikan, sehingga mempermudah pemahaman melalui jalur visual. Namun demikian, penting untuk diingat bahwa penggunaan gerakan tangan harus dilakukan dengan tepat. Gerakan yang tidak sesuai atau berlebihan justru dapat mengganggu konsentrasi audiens, menimbulkan kesalahpahaman, atau bahkan menjadi sumber humor yang tidak diinginkan.<sup>37</sup> Oleh karena itu, kemampuan mengelola ekspresi wajah dan gerakan tangan secara proporsional menjadi aspek krusial dalam meningkatkan efektivitas komunikasi lisan, khususnya dalam konteks penyampaian materi secara publik.

d) Pandangan Mata

Pandangan mata merupakan salah satu elemen penting dalam komunikasi *non-verbal* yang berfungsi untuk menarik perhatian audiens. Lebih dari sekadar alat untuk mempertahankan keterlibatan peserta, kontak mata juga merefleksikan sikap dan perasaan pembicara terhadap pendengar. Dalam konteks komunikasi publik, absennya kontak mata dapat menghambat pemahaman audiens karena tidak adanya sinyal emosional atau afektif yang dapat ditangkap dari pembicara. Kontak mata yang

---

<sup>37</sup> Gentasri Anwar. Op.Cit, hlm. 74

efektif memiliki sejumlah fungsi penting dalam proses komunikasi. Pertama, ia membantu meningkatkan konsentrasi audiens terhadap materi yang disampaikan. Kedua, kontak mata berkontribusi dalam membangun kredibilitas dan meningkatkan tingkat kepercayaan audiens terhadap pembicara. Ketiga, melalui kontak mata, pembicara dapat memperoleh umpan balik non-verbal dari audiens, yang selanjutnya dapat digunakan untuk menyesuaikan gaya dan strategi penyampaian materi secara lebih responsif.<sup>38</sup> Selama proses penyampaian materi di hadapan khalayak, pandangan mata memainkan peranan yang sangat krusial. Mata memiliki kekuatan sugestif yang mampu membangun hubungan psikologis antara pembicara dan audiens. Oleh karena itu, intensitas dan kualitas kontak mata sangat menentukan terjalin atau tidaknya interaksi yang efektif antara kedua belah pihak. Dengan demikian, pengelolaan pandangan mata secara tepat menjadi salah satu indikator penting keberhasilan komunikasi lisan dalam ranah publik.

## 6. Tujuan dan Fungsi Retorika

### a. Tujuan Retorika

- 1) *To Inform* adalah memberikan penerangan dan pengertian kepada massa, guna memberikan

---

<sup>38</sup> Ahmad Fauzi, Skripsi: "Gaya Retorika Ustad Abdul Shomad" (Program studi unikasi dan Penyiaran Islam Fakuitas Dakwah dan komunikasi, UIN Sunan Ampel aya, 2018) hlm. 42

penerangan yang mampu menanamkan pengertian dengan sebaik-baiknya.

- 2) *To Convince* adalah meyakinkan dan menginsafkan
- 3) *To Inspire*, adalah menimbulkan inspirasi dengan teknik dan sistem penyampaian yang baik dan bijak sana.
- 4) *To Intertain*, menggambarkan, menghibur, menyenangkan dan memuaskan.
- 5) *To Ectuate*, yaitu menggerakkan dan mengarahkan mereka untuk bertindak, menetralsir dan melaksanakan ide yang telah dikomunikasikan oleh orator di hadapan massa.<sup>39</sup>

b. Fungsi Retorika

I gusti Ngurah Okta menjelaskan bahwa retorika adalah Kajian retorika bertutur memerlukan penyediaan gambaran yang komprehensif mengenai tiga aspek utama.

Pertama, diperlukan deskripsi yang jelas mengenai manusia dalam konteks aktivitas bertuturnya. Deskripsi ini mencakup proses psikologis yang terjadi ketika individu terdorong untuk bertutur, termasuk mekanisme identifikasi terhadap pokok persoalan serta cara retorika bertutur ditampilkan dalam komunikasi.

Kedua, perlu ditampilkan gambaran yang sistematis mengenai bahasa sebagai objek atau sarana yang kerap diangkat menjadi topik tutur. Dalam hal ini, kajian dapat mencakup hakikat bahasa, struktur, serta fungsi-fungsinya dalam komunikasi.

Ketiga, disajikan pula deskripsi terperinci mengenai masalah tutur itu sendiri. Uraian ini meliputi penjelasan

---

<sup>39</sup> Tasmara, Toto, Komunikasi Dakwah, Jakarta. Gaya Media Pramata 1997. Hal

tentang hakikat, struktur, serta komponen-komponen yang membentuk suatu tuturan.<sup>40</sup>

Berdasarkan ketiga kerangka gambaran tersebut, selanjutnya disusun bimbingan yang bertujuan mendukung proses retorika secara efektif, antara lain:

- 1) Panduan dalam memilih topik yang relevan dan sesuai dengan konteks komunikasi.
- 2) Teknik menganalisis topik tutur untuk menentukan fokus pembahasan yang bersifat persuasif dan edukatif.
- 3) Strategi penulisan jenis tutur yang disesuaikan dengan tujuan komunikatif yang ingin dicapai.
- 4) Pemilihan materi bahasa dan penyusunannya menjadi kalimat yang padat, kohesif, serta bervariasi; termasuk dalam hal ini adalah pemilihan gaya bahasa dan gaya tutur yang tepat dalam penyampaian pesan secara lisan.<sup>41</sup>

## B. Metode Dakwah

### 1. Pengertian Metode Dakwah

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu "*meta*" (melalui) dan "*hodos*" (jalan atau cara). Jadi, secara harfiah metode berarti cara atau jalan yang digunakan untuk mencapai atau jalan yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan atau hasil tertentu. Dengan demikian, dalam penggunaan Bahasa, metode merujuk pada suatu prosedur atau pendekatan sistematis yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu dalam berbagai bidang,

Seperti ilmu pengetahuan, seni, atau, kehidupan sehari – hari. sebagai contoh, dalam ilmu pengetahuan, metode sering kali merujuk pada prosedur sistematis yang digunakan oleh para ilmuwan untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan membuat

<sup>40</sup> Ibid, hlm. 23

<sup>41</sup> I Gusti Ngurah Oka. Op.Cit, hlm. 65

kesimpulan. Salah satu contoh metode yang paling terkenal adalah metode ilmiah, yang mencakup langkah-langkah seperti observasi, formulasi hipotesis, eksperimen, analisis data, dan penyimpulan. Metode ini memungkinkan ilmuwan untuk menghasilkan pengetahuan yang dapat dipercaya dan diuji kebenarannya.

Selain itu, metode juga bisa digunakan dalam bidang seni dan kehidupan sehari-hari. Dalam seni, misalnya, seorang seniman mungkin menggunakan metode tertentu untuk menciptakan karya seni, seperti teknik melukis atau menggambar yang telah terbukti efektif dalam menghasilkan hasil estetika yang diinginkan. Dalam kehidupan sehari-hari, seseorang mungkin mengembangkan metode tertentu untuk mengatur waktu, meningkatkan produktivitas, atau mencapai tujuan pribadi, seperti metode manajemen waktu atau pendekatan dalam penyelesaian masalah.

Selain berasal dari bahasa Yunani, beberapa sumber menyebutkan bahwa kata "*metode*" juga berasal dari bahasa Jerman, yaitu "*methodica*", yang berarti ajaran atau teori mengenai metode. Dalam bahasa Arab, metode dikenal dengan istilah "*thariq*", yang juga berarti jalan atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini semakin mempertegas bahwa metode bukan hanya sekedar sebuah cara yang dilakukan secara sembarangan, melainkan sebuah prosedur yang telah direncanakan dengan baik dan dilaksanakan dengan pertimbangan yang matang. Dalam banyak hal, metode mencakup lebih dari sekedar langkah-langkah teknis. Metode sering kali melibatkan elemen pemikiran kritis, analisis mendalam, serta evaluasi terhadap berbagai alternatif yang ada. Oleh karena itu, penggunaan metode yang tepat sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan untuk mencapai hasil yang optimal. Tanpa adanya metode yang sistematis dan terstruktur, kita mungkin akan kesulitan dalam mencapai tujuan atau menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Secara keseluruhan, metode dapat dianggap sebagai sebuah jalan atau cara yang telah dirancang dengan baik, didasarkan pada pemikiran yang rasional, dan dipilih berdasarkan pertimbangan yang matang untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Dalam konteks ini, metode menjadi alat penting dalam upaya mengatur dan merencanakan tindakan yang akan diambil, serta memastikan bahwa setiap langkah yang diambil dapat mendekatkan kita pada pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.<sup>42</sup>

Dengan demikian kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.<sup>43</sup>

Sedangkan arti dakwah menurut pandangan beberapa pakar atau ilmuwan adalah sebagai berikut:

- a. Pendapat Bakhial Khauli, dakwah adalah satu proses menghidupkan peraturan-peraturan Islam dengan maksud memindahkan umat dari satu keadaan kepada keadaan lain.<sup>44</sup>
- b. Pendapat Syekh Ali Mahfudz, dakwah adalah mengajak manusia untuk mengerjakan kebaikan dan mengikuti petunjuk, menyuruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.<sup>45</sup> Pendapat ini juga selaras dengan pendapat al-Ghazali bahwa *amr ma'ruf nahi munkar*

---

<sup>42</sup> M.Arifin, *Ilmu Pendidikan Islam*, Jakarta; Bumi Aksara, 1991, Cet. I, h. 61.

<sup>43</sup> Drs.H. Hasanuddin, *Hukum Dakwah*, Jakarta: Pendoman Ilmu Jaya, 1996, Cet. Ke-1, h.35.

<sup>44</sup> Ghazali Darussalam, *Dinamika Ilmu Dakwah Islamiyah*, Malaysia; Nur Niaga SDN. BHD, 1996, h. 5.

<sup>45</sup> Abdul Kadir Sayid Abd. Rauf, *Dirasah Fid Dakawah al-Islamiyah*, Kairo; Dar El-Tiba'ah al-Mahmadiyah, 1987, h. 10.

adalah inti gerakan dakwah dan penggerak dalam dinamika masyarakat Islam.<sup>46</sup>

Dari pendapat di atas dapat diambil pengertian bahwa, metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.<sup>47</sup> Hal ini mengandung arti bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan *human oriented* menempatkan peng- hargaan yang mulia atas diri manusia.

## 2. Jenis-jenis Metodeh Dakwah

Dakwah bertujuan mengubah tingkah laku manusia dari perilaku yang negatif ke prilaku yang positif, di era globalisasi ini banyak cara dan beberapa media dakwah yang dapat kita gunakan salah satunya dengan media sosial. Zaman sekarang, media sosial sudah menjadi tren dan fenomenal yang semakin berkembang dan menjadi akar kehidupan sosial. Seperti yang telah kita ketahui bersama, bahwa banyaknya aplikasi yang mudah diakses di media sosial sudah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan, alat komunikasi semakin kompleks dan berkembang, cepat dan lebarnya koneksi internet, masyarakat semakin dimanjakan oleh aplikasi media sosial yang semakin mudah diakses.

Kegiatan dakwah menjadi pondasi awal bagi menyebarnya agama Islam. tanpa adanya dakwah, Islam tidak akan tersebar dan tidak dikenal oleh masyarakat umum dan masyarakat muslim pada khususnya, Islam juga senantiasa menebarkan kebaikan dan mendoktrin bahkan sampai mewajibkan umatnya untuk berbuat baik dan mencegah kepada keburukan serta menyeru kepada seruan kebaikan, memiliki ilmu pengetahuan dan berakhlak terpuji. Dengan

---

<sup>46</sup> Beliau adalah seorang ulama besar, pemikiran muslim zaman jlasik, hidup sampai awal abad ke-12 pendapatnya dituangkan dalam kitab yang sangat terkenal yaitu *Ihya Ulumuddin*.

<sup>47</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997 h. 43.

demikian sangat sesuai jika Islam disebut agama dakwah. Oleh karena itu, Islam dan dawah tidak dapat dipisahkan, Islam mewajibkan untuk berdakwah agar ajarannya tersampaikan dan dakwah butuh Islam sebagai pondasinya.

Media sosial adalah media yang memiliki ciri khas online, penggunaanya dengan leluasa ikut berperan, berbagi dan membuat konten yang meliputi blog, website, jejaring sosial, grup forum dan sebagainya. Dari hal itu jejaring sosial adalah bentuk dari media teknologi yang paling mendasar digunakan oleh masyarakat di seluruh belahan dunia.

Pengertian lain mengungkapkan bahwa media teknologi adalah media yang berbasis online mendukung interaksi seseorang menggunakan media sosial menggunakan teknologi berbasis aplikasi dan sejenisnya yang mentranfungsikan komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah aplikasi berlandaskan internet yang mendirikan di atas dasar ideologi dan teknologi memungkinkan penciptaan dan pertukaran usergenerated content.<sup>48</sup>

Berbagai jenis penjelasan di atas, menurut parah ahli. Ada beberapa jenis metode dakwah di media sosial:

a. Dakwah *bil-lisan*

Jenis pendekatan ini berupa penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan (ceramah atau komunikasi langsung antara subjek dan objek dakwah). Dakwah jenis ini akan menjadi efektif bila disampaikan berkaitan dengan hari ibadah seperti khotbah Jumat atau khotbah hari raya, kajian yang disampaikan menyangkut ibadah praktis, konteks sajian terprogram, atau disampaikan dengan metode dialog dengan hadirin. Dakwah *bil-lisan* juga berarti menyampaikan materi

---

<sup>48</sup> Putri Suciati, 'Analisis Pesan Dakwah Di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim', *Qawwam: The Leader's Writing*, 4.2 (2023), pp. 80-87.

secara langsung kepada jemaah mengenai berbagai hal materi yang terkandung di dalam Islam. Dakwah ini tak ada bedanya dengan tablig yakni sekadar menyampaikan ajaran Islam kepada jemaah. Ukuran keberhasilan dari dakwah ini adalah materi yang disampaikan itu diterima dan dipahami oleh pendengar dalam tradisi ilmu komunikasi, jenis dakwah ini sering disebut sebagai komunikasi searah artinya da'i menyampaikan materinya secara sepihak kepada jemaah dakwahnya minim dialog.

Model dakwah lisan dengan cara sekadar menyampaikan pidato di atas mimbar yang sifatnya verbal, menempatkan dakwah Islam dalam ruang yang eksklusif. Dakwah menjadi gagal sebagai bagian dari instrumen untuk mengemas Islam yang menarik, sehingga membuat orang yang belum beriman menjadi beriman. Jenis dakwah inilah yang dikritik oleh Abdul Munir Mulkhan sebagai terlalu sibuk mengurus Tuhan bukan manusia sehingga dakwah gagal mengembangkan daya rasional dan sikap empiris, kecuali memaksa orang dan dunia sosial menyesuaikan doktrin dan mengancam memasukkan ke dalam neraka.<sup>49</sup>

b. Dakwah bil-qalam atau bit-tadwin.

Adalah dakwah melalui tulisan berupa menerbitkan kitab-kitab, buku, majalah, internet, koran, dan tulisan-tulisan. yang mengandung pesan dakwah sangat penting dan efektif keuntungannya model ini tidak menjadi musnah meskipun sang da'i atau penulisnya sudah wafat, menyangkut dakwah bit-tadwin ini Rasulullah saw. bersabda, "Sesungguhnya tinta para ulama adalah lebih baik dari darahnya para syuhada.

---

<sup>49</sup> Abdul Munir Mulkhan, *Paradigma Intelektual Muslim*, (Yogyakarta: Sipress, 2002), h 100.

c. Dakwah bil-hal.

Adalah jenis dakwah yang mengedepankan aksi nyata. Hal ini dimaksudkan agar si penerima dakwah (*al-mad'ulah*) mengikuti jejak dan hal ikhwal da'i (juru dakwah). Dakwah jenis ini mempunyai pengaruh yang besar pada diri penerima dakwah. Dengan aksi nyata, tujuan dakwah jenis ini menurut Munas Majelis Ulama Indonesia tahun 1985 dan kesimpulan dalam rapat kerjanya tahun 1987, antara lain untuk meningkatkan harkat dan martabat umat terutama kaum dhu'afa atau kaum berpenghasilan rendah.<sup>50</sup>

Dakwah *bil-hal* atau juga sering dikenal dengan dakwah *bil-fi'li* berarti juga dakwah dengan perbuatan nyata di masyarakat. Dakwah ini sering juga disebut sebagai proses rekayasa sosial, di mana membuat sebuah masyarakat itu menjadi berubah melalui intervensi komunitas yang dilakukan oleh da'i. Dakwah ini dalam bentuknya bisa berupa tenaga dan pikiran. Da'i turun langsung ke masyarakat membantu menyelesaikan persoalan-persoalan sosial masyarakat, seperti contoh kasus pada kenakalan remaja. Da'i terjun ke masyarakat langsung, berdialog, melakukan pemetaan, analisis masalah, kemudian bersama-sama masyarakat mengatasi persoalan tersebut. Dalam contoh lain, misalnya pembangunan masjid da'i turun langsung memberikan teladan ke masyarakat berpartisipasi dalam pembangunan.

Contoh lain misalnya untuk penyelesaian masalah pengangguran, da'i berpartisipasi ikut mencarikan lowongan kerja atau membukakan lowongan kerja baru bagi masyarakat yang menanggur. Bagi masyarakat miskin, da'i ikut membantu baik dalam bentuk mencarikan bantuan, maupun dengan cara

---

<sup>50</sup> Sudarsono Prodjokusumo dkk., *Pengabdian dan Perjuangan H.S. Projskusumo dalam Kenangan*, (Jakarta: Yayasan Amal Bakti Masyarakat, 1997), h. 221.

menyumbang. Untuk yang jenis ini, dakwah berarti secara langsung memberikan derma berupa uang bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan. Baik dalam bentuk zakat, infak, sedekah, maupun dalam bentuk wakaf. Dakwah dalam hal ini lebih konkret seperti memberikan bantuan berupa uang kepada masyarakat yang sangat membutuhkan. Praktik pemberian ini tidak sebatas sifatnya melainkan juga diikuti dengan proses pemberdayaan ke masyarakat, sehingga mereka mampu memanfaatkan dana itu dengan baik.

Dakwah nyata dalam bentuk program pemberdayaan perekonomian masyarakat ini bukan tanpa persoalan. Sejatinya, sering kali ditemukan masalah dalam bentuk kurang terkoordinasi dengan baik yang disebabkan oleh tenaga SDM-nya atau sistem kelembagaannya yang belum cukup mapan. Di samping itu, kegiatannya pun sering lebih bersifat sporadis dan temporal, sehingga menjadikan dana-dana sosial itu tidak mampu dikelola dengan baik untuk pemanfaatan pemberdayaan ekonomi umat Islam.

d. Metode Dakwah *Mau'izatul Hasanah*

*Mau'izatul hasanah* adalah ungkapan yang menuju ke unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, dan pesan-pesan positif yang bisa dijadikan pedoman dalam kehidupan sehari-hari agar mendapatkan keselamatan dunia maupun akhirat.<sup>51</sup>

*Mau'idzatul hasanah*, mengandung arti kata yang masuk ke dalam kalbu dengan penuh cinta dan ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar dan membeberkan kesalahan orang lain sebab kelemahan-kelembutan dalam menasihati seringkali kita dapat meluluhkan hati yang

---

<sup>51</sup> M. Munir, S.Ag., MA. *Metode Dakwah* (ref:ed cet. Ke 3, Jakarta: Kencana, 2009) hal. 16

keras dan menjinakkan kalbu yang liar, lebih mudah melahirkan kebaikan dari pada larangan dan ancaman.

### 3. Tujuan Metode Dakwah

Sejumlah ulama, antara lain Sayyid Quthub A. Mukti Ali dan M. Isa Anshari, berpendapat bahwa Islam adalah agama dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa posisi dakwah adalah sangat penting dan strategis dalam upaya sosialisasi, pengintegrasian nilai-nilai Islam dan perubahan dalam kehidupan nyata. Dakwah memiliki tujuan yang ingin dicapai setelah dakwah dilaksanakan. Dalam kaitan ini para pakar mempunyai berbagai pandangan atau pendapat. Perbedaan pandangan mereka dapat memberikan pengayaan terhadap berbagai tujuan yang ingin dicapai dari aktivitas dakwah.<sup>52</sup>

Dakwah di samping harus direncanakan dengan baik, juga perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan yang ingin dicapai, baik tujuan umum maupun tujuan khusus. Dengan adanya kejelasan tujuan, maka diharapkan dapat lebih terfokus kepada sasaran dan target yang akan dicapai. Penetapan tujuan adalah untuk memberikan arahan, landasan dalam menggiring semua unsur dakwah, sehingga secara bersama-sama pendakwah, mitra dakwah, pesan dakwah, metode dan media - diarahkan kepada pencapaian tujuan dakwah.

Menurut A. Hasjmy, tujuan dakwah adalah untuk jalan Allah di atas bumi agar dilalui umat manusia.<sup>53</sup> Menurut Hamka, tujuan dakwah sama dengan tujuan diturunkannya agama Islam itu sendiri, yaitu sebagai rahmat bagi seluruh alam. Kemudian juga ditambahkannya bahwa tujuan dakwah adalah membawa manusia dari kegelapan kepada cahaya kebenaran.

---

<sup>52</sup> Dalam Al-Qur'an kata Islam disebutkan sebanyak delapan kali, pada tujuh surah, yaitu surah Ali Imran 19, 85, Al-Maidah, 3, Al-An'am 125, At-Taubah 74, Az-Zumar 22, Al-Hujurat 17 dan Ash-Shaff 7.

<sup>53</sup> A. Hasjmy, *Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an* (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 18.

Jika berbagai pendapat diakomodir, maka tujuan dakwah dapat dibedakan kepada tujuan umum dan khusus, tujuan jangka pendek dan jangka panjang selain itu terdapat tujuan dari sisi isi pesan dan mad'u serta tujuan.

## C. Analisis Konten

### 1. Pengertian Analisi Konten

Analisis Konten, yaitu metode penelitian yang digunakan sebagai untuk menganalisis komunikasi dan media. Berikut adalah dua teori dan pendekatan yang umum dalam analisis konten:

#### a. Teori *Framing*

Menjelaskan bagaimana suatu isu atau topik dipresentasikan dalam media. Framing berfokus pada cara informasi dikemas untuk memengaruhi pemahaman dan persepsi audiens, sehingga dapat membentuk cara audiens melihat suatu peristiwa atau fenomena. Dengan memilih aspek tertentu dari suatu isu dan mengabaikan aspek lainnya, media dapat memengaruhi interpretasi audiens, memperkuat sikap tertentu, atau bahkan memicu reaksi emosional yang spesifik. Misalnya, peliputan tentang protes sosial dapat diframing sebagai tindakan pembangkangan atau sebagai perjuangan untuk keadilan, tergantung pada narasi yang dibangun oleh media.<sup>54</sup>

#### b. Teori *Narasi*

Menganalisis struktur naratif dalam media, termasuk elemen seperti *plot*, karakter, dan tema. Pendekatan ini berfokus pada bagaimana cerita disusun dan bagaimana itu mempengaruhi audiens, dengan perhatian khusus pada cara pengembangan karakter dan konflik yang ada dalam cerita. Struktur naratif tidak hanya mempengaruhi cara audiens memahami dan merespons suatu kisah, tetapi juga membentuk nilai-nilai dan norma-norma yang ditransmisikan melalui media. Misalnya, penggunaan karakter dan pengaturan konflik yang umum dapat menciptakan harapan tertentu

---

<sup>54</sup> Entman, R. M. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.

di benak audiens, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap isu-isu sosial yang lebih luas. Selain itu, teori narasi juga meneliti bagaimana elemen seperti sudut pandang dan waktu bercerita berkontribusi terhadap pengalaman naratif keseluruhan, sehingga membentuk reaksi emosional dan intelektual penonton terhadap cerita yang disajikan.<sup>55</sup>



---

<sup>55</sup> Entman, R. M. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm." *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.