

BAB III

KAJIAN DAN PEMETAAN POKOK BAHASAN

A. Gaya Bahasa

1. Pengertian Gaya Bahasa

Dalam istilah retorika dikenal gaya atau gaya bahasa yang kemudian disebut dengan istilah *style*. Kata *style* sendiri diturunkan dari kata latin *stilus*, yakni lempengan lilit atau disebut juga alat untuk menulis, sebuah keahlian dalam menggunakan alat tersebut akan mempengaruhi jelas atau tidaknya tulisan pada lempengan tadi. Kelak pada waktu penekanan dititik beratkan pada keahlian untuk menulis indah, maka *style* lalu berubah menjadi kemampuan dan keahlian untuk menulis atau menggunakan kata-kata secara indah.¹

Menurut Tarigan gaya bahasa adalah penggunaan bahasa indah dalam tujuan meningkatkan efek dan juga memperkenalkan serta memberi perbandingan suatu hal dengan hal lainnya yang bersifat umum.² Gaya bahasa memberikan kemungkinan kita untuk menilai pribadi, sifat, dan kemampuan seseorang yang menggunakan gaya bahasa tersebut. Semakin bagus dan baik gaya bahasa yang digunakan, maka akan semakin baik pula penilaian orang lain terhadapnya. Sebaliknya, semakin buruk gaya bahasa

¹ Gorys Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 112.

² Henry Guntur Tarigan, *Pengajaran Gaya Bahasa* (Bandung: CV. Angkasa, 2013), hlm. 4.

seseorang, maka akan semakin buruk pula penilaian orang terhadapnya. Gaya bahasa juga merupakan cara seseorang untuk mengekspresikan pikiran melalui kekhasan bahasan yang digunakan sehingga dapat menggambarkan jiwa dan kepribadian penulis atau pengguna bahasa.³

Berdasarkan beberapa pandangan tersebut penulis menyimpulkan bahwa gaya bahasa merupakan cara atau penggunaan bahasa yang khas dari seseorang dalam berbahasa sehingga menunjukkan ciri dan karakter orang tersebut.

Ada tiga unsur yang harus ada dalam gaya bahasa, yaitu:

a. Kejujuran

Kejujuran adalah suatu pengorbanan. Bila orang hanya mencari kesenangan dengan mengabaikan segi kejujuran, maka akan timbullah hal-hal yang menjijikkan. Hidup seseorang (manusia) hanya dapat bermanfaat bagi dirinya sendiri dan bagi sesamanya, kalau hidup itu dilandaskan pada sendi-sendi kejujuran.

b. Sopan santun

Yang dimaksud sopan santun adalah memberi penghargaan atau menghormati orang yang diajak bicara, khususnya pendengar atau pembaca.

c. Menarik

Gaya bahasa yang digunakan oleh dai harus menarik. Sebuah gaya yang menarik dapat diukur melalui beberapa komponen berikut.

³ Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, hlm. 113.

Variasi, humor yang sehat, pengertian yang baik, tenaga hidup (vitalitas), dan penuh gaya hayal (imajinasi).⁴

2. Jenis-jenis Gaya Bahasa

a. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata dapat dibedakan menjadi tiga yaitu:

1) Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya bahasa yang baku, lengkap, dan menggunakan ejaan yang disempurnakan. Gaya bahasa ini dipergunakan oleh orang yang baik dan terpelihara dalam berkomunikasi dalam berbagai acara resmi.⁵ Meskipun lengkap dan baik gaya bahasa ini memiliki nada bicara cenderung datar. Karena sifatnya resmi maka gaya bahasa ini sering digunakan dalam kesempatan yang bersifat formal seperti pidato kepresidenan, khotbah, ataupun acara-acara lainnya yang bersifat resmi.

2) Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa tidak resmi sering disebut gaya bahasa yang menggunakan bahasa standar baik itu acara formal atau resmi maupun sebaliknya.⁶ Gaya bahasa ini sering digunakan dalam karya tulis seperti buku ataupun artikel-artikel lain karena gaya

⁴ Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, hlm. 115.

⁵ Nurmy A.R, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir," *Jurnal Dakwah Al-Hikmah* 10, no. 1 (2016): 25–41, hlm. 30.

⁶ Nurmy, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 30.

bahasa ini menggunakan bahasa yang tidak baku, terkadang tidak menggunakan EYD secara lengkap dan cenderung singkat dan bersifat umum.

3) Gaya Bahasa Percakapan

Gaya bahasa terkadang bersifat populer dan menggunakan bahasa percakapan seperti biasanya. Bahasa disini harus ditambahkan dari segi-segi morfologis dan sintaksis. Dengan begitu secara bersama-sama akan membentuk gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa ini mempunyai indikator antara lain: menggunakan bahasa tidak baku, banyak menggunakan istilah asing, bahasanya cenderung singkat, banyak menggunakan kata seru, dan menggunakan kalimat langsung.⁷

b. Gaya Bahasa Berdasarkan Nada

Gaya bahasa berdasarkan nada didasarkan pada sugesti yang dipancarkan dari rangkaian kata-kata yang terdapat dalam sebuah wacana. Sering kali sugesti ini akan lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dari pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan.⁸ Adapun gaya bahasa berdasarkan nada dibedakan sebagai berikut:

⁷ I Nengah Martha, "Retorika dan Penggunaanya Dalam Berbagai Bidang," *Jurnal Retorika* 6, no. 12 (2012): 61–71, hlm 65.

⁸ Keraf, *Diksi Dan Gaya Bahasa*, hlm. 121.

1) Gaya Sederhana

Gaya bahasa ini merupakan gaya bahasa yang mudah dipahami dan bersifat sederhana. Gaya sederhana ini biasanya sangat cocok dan efektif digunakan untuk memberikan instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya.⁹

2) Mulia dan Bertenaga

Gaya bahasa ini memiliki gaya yang penuh dengan energi dan vitalitas, biasanya gaya bahasa ini digunakan untuk menggerakkan seseorang atau sesuatu. Setiap pendengar akan mampu tergerak karena adanya keagungan dan kemuliaan dari gaya bahasa ini.¹⁰

3) Gaya Bahasa Menengah

Gaya bahasa menengah merupakan gaya bahasa yang ditujukan untuk memberikan nuansa yang senang dan damai kepada para pendengarnya.¹¹

⁹ Nurmy, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 31.

¹⁰ Innayatussolikhah, "Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Ceramah Hj Ainurrohmah Di Kecamatan Jatirogo Kabupaten Tuban" (Skripsi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2018), hlm. 37.

¹¹ Innayatussolikhah, "Diksi dan Gaya Bahasa Dalam Ceramah Hj Ainurrohmah Di Kecamatan Jatirogo Kabupaten Tuban", hlm. 37.

c. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

1) Klimaks

Merupakan gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.¹²

2) Anti Klimaks

Yaitu gaya bahasa yang merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dari yang terpenting berurut-urut ke gagasan yang kurang penting.¹³

3) Paralelisme

Merupakan gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran adalah pemakaian kata-kata atau frasa-frasa yang menduduki fungsi yang sama dalam bentuk gramatikal yang sama. Kesejajaran tersebut dapat pula berbentuk anak kalimat yang bergantung pada sebuah induk kalimat yang sama. Gaya ini lahir dari struktur kalimat yang berimbang. Contoh: baik golongan tinggi maupun golongan yang rendah, harus diadili kalau bersalah.¹⁴

¹² Keraf, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 124.

¹³ Keraf, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 125.

¹⁴ Keraf, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 126.

4) Antithesis

Ialah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan. Contoh: kaya-miskin, tua muda, besar-kecil semuanya mempunyai kewajiban terhadap keamanan bangsa dan negara.¹⁵

5) Repetisi

Yakni gaya bahasa dengan perulangan bunyi, suku kata, kata atau bagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai.¹⁶

3. Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Bahasa

Menurut Holmes, ada beberapa yang mempengaruhi gaya bahasa seseorang dari aspek sosial diantaranya:¹⁷

- a. Partisipan atau pihak yang terlibat.
- b. Latar dan konteks sosial, yakni waktu dan situasi ketika bahasa dituturkan.
- c. Topik atau hal yang dibicarakan.
- d. Fungsi atau maksud dan tujuan.

¹⁵ Keraf, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 126.

¹⁶ Keraf, "Gaya Bahasa Daerah Pesisir", hlm. 127.

¹⁷ Munira Hasyim, "Faktor Penentu Penggunaan Bahasa pada Masyarakat Tutar Makassar: Kajian Sociolinguistik di Kabupaten Gowa," *Jurnal Humaniora* 20, no. 1 (2018): 75–88, hlm. 76.

B. Retorika

1. Pengertian Retorika

Retorika berasal dari bahasa Yunani “*rhetor*” yang dalam bahasa Inggris sama dengan “*orator*” artinya orang yang mahir berbicara di hadapan umum.¹⁸ Menurut Beccket dalam Sunarto retorika adalah seni untuk mengefeksi pihak lain dengan tutur, yaitu dengan cara memanipulasi unsur-unsur tutur itu dan respon pendengar.¹⁹

Retorika merupakan kegiatan guna menarik perhatian orang lain melalui kepandaian berbicara khususnya di depan umum.²⁰ Retorika juga dapat diartikan sebagai sebuah seni untuk berbicara, artinya bahwa melalui retorika orang tidak sekedar berbicara saja. Memiliki ilmu retorika akan dapat memudahkan untuk menyampaikan materi pembicaraan dengan dikemas melalui seni yang baik.²¹

2. Ruang Lingkup Retorika

Ruang lingkup retorika di atas adalah ruang lingkup retorika dalam arti luas. Sedangkan retorika dalam arti sempit diperinci lebih jelas oleh Jalaluddin Rahmat antara lain sebagai berikut:²²

¹⁸ H. A. Sunarto AS, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)* (Surabaya: Jaudar Press, 2014), hlm. 1.

¹⁹ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 3

²⁰ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2013), 171.

²¹ Dwi Candor Trio, *Ilmu Retorika Untuk Mengguncangkan Dunia* (Yogyakarta: Irtikaz, 2010), hlm. 15.

²² Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 6.

- a. Persiapan pidato;
 - b. Penyusunan pidato;
 - c. Penyampaian pidato;
 - d. Cara-cara pidato;
 - e. Pidato-pidato khusus;
 - f. Evaluasi pidato.
3. Tujuan Retorika

Adapun tujuan dan maksud retorika yang paling prinsipil adalah mengubah suasana pertemuan menuju ke arah yang lebih baik, sesuai dengan suasana yang diinginkan pembicaranya.²³ Tujuan retorika terutama berusaha untuk mempengaruhi audiens atau komunikan. Hal yang penting diperhatikan ialah retorika merupakan teknik penggunaan bahasa secara efektif yang berarti keterampilan atau kemahiran dalam memilih kata-kata yang dapat mempengaruhi audiens sesuai dengan kondisi dan situasi komunikan.²⁴

4. Unsur Retorika

Menurut Aristoteles dalam bukunya *Rhetorica* unsur-unsur retorika adalah:

- a. Pembicara, yaitu orang yang menyampaikan pesan (message) secara lisan. Ia tidak hanya menggunakan suara saja tapi juga dibantu oleh anggota tubuhnya, misalnya gerakan-gerakan tangan, isyarat, mimik,

²³ Dhanik Sulistyarini dan Anna Gustina Zainal, *Buku Ajar Retorika* (banten: CV. AA Rizky, 2020), hlm. 93.

²⁴ Sulistyarini dan Gustiana, *Buku Ajar Retorika*, hlm. 9.

atau perubahan air muka agar lawan bicara atau majlis tertarik perhatiannya pada pembicaraannya.

- b. Lawan bicara, baik itu seorang maupun dalam bentuk kelompok atau majelis. Mereka ini harus diperhatikan oleh pembicara.
- c. Materi pembicaraan atau pesan, pesan hendaknya diorganisasi sedemikian rupa sehingga dapat membangkitkan daya pikir dan daya perasaan lawan bicara atau majelis.

Adapun unsur pendukung retorika sendiri antara lain:

- a. Bahasa, Bahasa merupakan pendukung utama retorika. Boleh dikatakan bahwa tanpa bahasa, maka tidak ada retorika.
- b. Etika dan Nilai Moral Etika dan nilai moral adalah hal yang penting dalam retorika. Adanya etika dan nilai moral dalam retorika menjadikan aktifitas komunikasi yang dilakukan bertanggung jawab.
- c. Penalaran yang Benar Penyampaian pesan dalam komunikasi harus didukung oleh penalaran yang benar agar pesan yang disampaikan mempunyai kekuatan atau landasan.
- d. Pengetahuan yang Memadai Jika tidak ditunjang oleh pengetahuan yang memadai, maka penyampai pesan bisa menjadi tukang bual. Komunikator harus memahami benar tentang apa yang ingin disampaikan.
- e. Pengetahuan yang Memadai Jika tidak ditunjang oleh pengetahuan yang memadai, maka penyampai pesan bisa menjadi tukang bual.

Komunikator harus memahami benar tentang apa yang ingin disampaikan.²⁵

5. Fungsi Retorika

Menurut Aristoteles dalam Sunarto ada beberapa fungsi retorika sebagai berikut:²⁶

- a. Korektif, membela kebenaran yang seringkali kalah karena orang tidak dapat mempertahankannya;
- b. Instruktif, mendidik orang yang tidak dapat dicapai dengan metode logika;
- c. Sugestif, memberikan saran bagaimana menghadapi argumentasi lawan sehingga menguasai situasi;
- d. Defensif, sebagai alat pertahanan mental dalam menghadapi musuh.

Adapun fungsi retorika secara umum adalah:²⁷

- a. Secara positif, ilmu ini memberikan gambaran pemahaman yang lebih baik mengenai fenomena-fenomena retorika dalam segala kegiatan manusia dengan kegiatan bertutunya;
- b. Secara normatif, ilmu ini memberikan bimbingan dan petunjuk kepada kita tentang cara mengemukakan tutur (pembicaraan) yang lebih gamblang, lebih mengikat dan lebih meyakinkan;

²⁵ Sulistyarini dan Gustiana, *Buku Ajar Retorika*, hlm. 9.

²⁶ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 23.

²⁷ Sunarto, *Retorika Dakwah (Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato)*, hlm. 24.

- c. Secara khusus, ilmu ini menuntun kita bagaimana seharusnya membuat persiapan, penyusunan dan penyampaian pidato.

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah dalam bahasa al-Quran berasal dari kata *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya menyeru atau memanggil.²⁸ Menurut H.M. Arifin bahwa dakwah merupakan sebuah aktivitas untuk mengajak kepada kebaikan baik dalam bentuk lisan, tulisan, perilaku, dan lainnya yang dilakukan secara sadar dan terencana dengan tujuan untuk mempengaruhi orang lain secara individual maupun kelompok. Hal ini dalam usaha mempengaruhi orang lain baik secara individual maupun secara kelompok agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur pemaksaan.²⁹

Jumantoro menyebutkan bahwa aktifitas dakwah hakikatnya tidak jauh berbeda dengan proses komunikasi. Sebab pada dasarnya dakwah merupakan penyampaian informasi agama atau penyebaran ajaran islam melalui proses komunikasi.³⁰

²⁸ Ilyas Ismail dan Prio Hotman, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 27.

²⁹ Amin, *Ilmu Dakwah*, hlm. 4.

³⁰ Maarif, *Komunikasi Dakwah*, hlm. 39.

Dakwah bertujuan untuk memberikan petunjuk kepada sekalian manusia, sebagaimana firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-Maidah/5: 67.

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ ٦٧

“Hai Rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. Dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir”.³¹

Dengan demikian dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.

2. Subjek dan Objek Dakwah

Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menolong manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa kehancurannya. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukan pekerjaan yang dipikirkan dan dikerjakan sambil lalu saja melainkan suatu pekerjaan yang telah dibebankan kewajiban bagi setiap pengikutnya. Dasar kewajiban dakwah terdapat dalam kedua sumber hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan hadis.

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah* (Tangerang: Forum Pelayanan Al-Qur'an, 2015).

a. Subjek Dakwah

Secara teoritis, subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan dai adalah orang yang menyampaikan pesan atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat umum (publik). Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (dai) dapat dipahami dalam dua pengertian. Pertama, dai adalah setiap muslim yang melakukan aktifitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari misi sebagai penganut Islam sesuai dengan perintah “*balligu ‘anni walau ayat*”. Kedua, dai dilamarkan kepada mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah Islam dan 42ipungah42kan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan segenap kemampuannya baik dari segi penguasaan konsp, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah.³²

Adapun subjek dakwah tersebut tentu harus memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

- 1) Mengetahui tentang Al-Qur’an dan Sunnah Rasul sebagai pokok agama Islam.
- 2) Memiliki pengetahuan Islam seperti tafsir, ilmu hadits, sejarah kebudayaan Islam dan lain-lainnya.
- 3) Memiliki pengetahuan yang menjadi alat kelengkapan dakwah seperti teknik dakwah, sejarah, perbandingan agama dan sebagainya.

³² Awaludin Pimay, *Metodologi Dakwah* (Semarang: RaSAIL, 2006), hlm. 21-22.

- 4) Memahami bahasa umat yang akan diajak kejalan yang diridhoi Allah.
- 5) Penyantun dan lapang dada.
- 6) Berani kepada siapa saja dalam menyatakan, membela, dan mempertahankan kebenaran.
- 7) Memberi contoh setiap medan kebajikan.
- 8) Berakhlak baik sebagai seorang Muslim.
- 9) Memiliki ketahanan mental yang kuat (kesabaran), keras kemauan, optimis walaupun menghadapi berbagai rintangan kesulitan.
- 10) Berdakwah karena Allah.
- 11) Mencintai tugas kewajibannya sebagai dai dan tidak gampang meninggalkan tugas tersebut karena pengaruh-pengaruh keduniaan.³³

Amin Ahsan juga memberikan penjelasan bahwa subjek dakwah yakni *da'I* haruslah memiliki:

- 1) Pada *da'I* memiliki sifat yang tulus dan ikhlas dalam menyampaikan ajaran.
- 2) *Da'I* juga tidak cukup hanya dengan metode bil lisan dalam menyampaikan dakwah, tetapi juga melalui tingkah laku dan perbuatan.
- 3) *Da'I* juga harus memberikan kesaksian kepada agama.

³³ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam* (Bandung: CV. Diponegoro, 1992), hlm. 38.

- 4) Tidak boleh memihak pada suatu golongan.
- 5) Bila diperlukan harus memberikan pengorbanan jiwa untuk kepentingan syiar.³⁴

Da'I dalam berdakwah harus memiliki sikap ikhlas karena Allah. Seperti halnya ibadah-ibadah lain bahwa dakwah ber hukum wajib. Kewajiban tersebut melekat pada setiap pribadi orang Islam yang dalam pelaksanaannya memerlukan norma tertentu.³⁵

b. Objek Dakwah

Objek dakwah atau yang disebut juga dengan *mad'u* adalah yaitu manusia yang menjadi saran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik individu maupun kelompok, baik manusia yang beraga Islam atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan.³⁶

Mad'u (Obyek dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia, oleh karena itu menggolongkan *mad'u* sama dengan menggolongkan manusia itu sendiri. *Mad'u* bisa dibagi-bagi berdasarkan agama, status sosial, profesi, ekonomi dan seterusnya. Penggolongan *mad'u* tersebut antara lain sebagai berikut:

³⁴ Amin Ahsan Ishlahi, *Metode Dakwah Menuju Jalan Allah* (Jakarta: Litera Antara Nusa, 1995), hlm. 19-23.

³⁵ Ahidul Asror, *Paradigma Dakwah: Konsepsi dan Dasar Pengembangan Ilmu* (Yogyakarta: LKiS, 2018), hlm. 100.

³⁶ Muhammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Salsabila, 2013), hlm. 66.

- 1) Dari segi sosiologis, ada masyarakat terasing, pedesaan, kota besar, dan kota kecil, serta masyarakat di daerah marginal dari kota besar.
- 2) Dari segi struktur kelembagaan, ada masyarakat pemerintah dan keluarga.
- 3) Dari segi sosial kultur, ada golongan priyayi, abangan santri, terutama pada masyarakat jawa.
- 4) Dari segi tingkatan usia, ada golongan anak-anak, remaja dan golongan orang tua.
- 5) Dari segi profesi, ada golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri.
- 6) Dari segi tingkatan hidup sosial ekonomis, ada golongan kaya, menengah dan miskin.
- 7) Dari segi jenis kelamin, ada golongan pria dan wanita.
- 8) Dari segi khusus, ada masyarakat tuna susila, tuna wisma, tuna karya, narapidana dan sebagainya.³⁷

3. Metode Dakwah

Metode dakwah ialah cara atau langkah yang digunakan oleh seorang *dai* yang disampaikan guna mencapai tujuan tertentu. Dakwah harus mampu berpacu pada pandangan manusia untuk dapat menerima penghargaan atas dakwah yang disampaikan.³⁸

³⁷ Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, hlm. 66.

³⁸ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 243.

a. Metode *Bil Hikmah*

Hikmah merupakan suatu metode pendekatan komunikasi yang dilaksanakan atas dasar persuasif. Karena dakwah bertumpu pada *human oriented* maka konsekuensi logis adalah pengakuan dan penghargaan pada hak yang bersifat demokratis, agar fungsi dakwah yang utama (bersifat informatif).³⁹ Yaitu dakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitikberatkan pada ajaran-ajaran Islam selanjutnya mereka tidak lagi merasa terpaksa atau keberatan.

Prinsip-prinsip metode dakwah *bil-hikmah* ditujukan terhadap *mad'u* yang kapasitas intelektual pemikirannya dikategorikan *khawas*, cendekiawan, atau ilmuwan.⁴⁰

b. Metode *Mau'iza al-Hasanah*

Yaitu berdakwah dengan memberikan nasehat-nasehat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan rasa kasih sayang, sehingga nasehat ajaran Islam yang disampaikan itu dapat menyentuh hati mereka. *Mau'izah hasanah* atau nasehat yang baik adalah memberikan nasihat kepada orang lain dengan cara yang baik, yaitu petunjuk-petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik, dapat diterima, berkenan di hati, menyentuh perasaan, lurus di fikiran, menghindari sikap kasar dan tidak mencari atau menyebut kesalahan objek dakwah

³⁹ Amin, *Ilmu Dakwah*, hlm. 98.

⁴⁰ Siti Uswatun Khasanah, *Berdakwah Dengan Jalan Debat: Antara Muslim dan Nonmuslim* (Yogyakarta: STAIN Purwokerto Press, 2007), hlm. 38.

sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah.⁴¹

c. Metode *Mujadalah bil Lati Hiya Ahsan*

Yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberatkan pada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.⁴²

Mujadalah adalah berdiskusi dengan cara yang baik dari cara-cara berdiskusi yang ada. *Mujadalah* merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah yang digunakan untuk orang-orang yang taraf berpikir cukup maju dan kritis seperti ahli kitab yang memang telah memiliki bekal keagamaan dari para utusan sebelumnya.⁴³

D. Media YouTube

1. Pengertian YouTube

YouTube merupakan aplikasi atau media yang digunakan untuk dapat melihat video yang dipunggah oleh orang lain. YouTube juga merupakan situs WEB yang digunakan untuk berbagi video. Para penggunanya mampu untuk mengunggah, berbagi, bahkan menonton secara gratis.⁴⁴ YouTube ialah media untuk berbagi video yang pada saat

⁴¹ Siti Muriah, *Metode Dakwah Kontemporer* (Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000), hlm. 44.

⁴² M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 33.

⁴³ Muriah, *Metode Dakwah Kontemporer*, hlm. 44.

⁴⁴ Apriyadi Tamburaka, *Literasi Media* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 28.

ini digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia khususnya Indonesia. Melalui YouTube setiap orang akan memperoleh informasi yang tidak akan di batasi oleh ruang dan waktu hingga sangat cepat seperti berita, pendidikan, hiburan, tutorial, dan sebagainya.⁴⁵

“YouTube is the major source of video content as of May 2019 over five hundred hours of video gets uploaded on to YouTube every minute worldwide”.⁴⁶ Artinya bahwa YouTube adalah sumber utama konten video per Mei 2019 lebih dari lima ratus jam video diunggah ke YouTube setiap menit di seluruh dunia. YouTube disebut juga *“is a video-sharing which is considered to be a relatively new phenomenon”*.⁴⁷ Artinya YouTube adalah berbagi video yang dianggap sebagai fenomena yang masih baru.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas diketahui bahwa YouTube adalah media untuk berbagi video ke orang lain sehingga dapat disaksikan oleh seluruh orang yang ada di dunia dengan berbagai fitur lengkap yang disediakan.

2. Karakteristik YouTube

Karakteristik YouTube umumnya diketahui sebagai berikut:

⁴⁵ I Makna A'raaf K et al., “Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19,” *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 173–180, hlm. 176.

⁴⁶ Rajendra Babu H, Rangaswamy Buddayya, dan Nagaraja L. Gujjarappa, “Benefits of Videos in YouTube for the Undergraduate Students in Engineering and Technology in India,” *Weblogy Journal* 16, no. 2 (2019): 57–71 hlm. 60.

⁴⁷ Eugene Tafadzwa Maziriri, Parson Gapa, dan Tinashe Chuchu, “Student Perceptions Towards the use of YouTube as An Educational Tool for Learning and Tutorials,” *International Journal of Instruction* 13, no. 2 (2020): 119–138, hlm. 120.

- a. Tidak dibatasi waktu atau durasi untuk mengunggah video. Inilah yang membedakan Youtube dengan aplikasi lainnya. Misalnya Instagram, snapchat, dan lainnya.
 - b. Sistem keamanan Youtube sudah akurat. Youtube sendiri juga membatasi keamanan dengan tidak memberikan izin video yang mengandung sara, ilegal, serta memberikan konfirmasi pertanyaan sebelum mengunggah video.
 - c. Adanya pembayaran yang diberikan Youtube bagi pembuat video dengan minimal 1000 Subscriber akan mendapatkan hononarium.
 - d. Youtube juga memiliki fitur *offline* sehingga para penonton dapat menonton video kapanpun bahkan secara luring.
 - e. Adanya fitur editor sederhana.⁴⁸
3. YouTube sebagai Media Dakwah

Media dakwah ialah alat atau sarana guna memberikan pesan dakwah kepada jemaah. Ketika masa Nabi Muhammad dan para sahabat, media dakwah yang digunakan tentu terbatas, media tersebut yakni *qauliyah bil lisan* dan *fi'liyah bil uswah* kemudian ditambah dengan surat.⁴⁹

Hasanah menjelaskan bahwa media dakwah diartikan sebagai sarana, tempat, bahkan alat yang dapat menyalurkan proses dakwah.

⁴⁸ Faiqah, Nadjib, dan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram", hlm. 24.

⁴⁹ Ricka Handayani, "Youtube Sebagai Media Komunikasi dalam Berdakwah di Tengah Pandemi," *Hikmah: Jurnal Ilmu dakwah dan Komunikasi Islam* 15, no. 1 (2021): 123–138, 130.

Hadirnya media dakwah sangat dibutuhkan guna menunjang keberhasilan dalam berdakwah.⁵⁰

Media YouTube berkembang sangat pesat pada tahun 2006 yang ketika itu menjadi media terpopuler, sehingga memberikan banyak manfaat. Dari upload atau unggah video sederhana bahkan sekarang sudah memiliki fitur *live streaming*. YouTube kini juga berkembang sebagai media untuk memberikan dakwah dengan banyak manfaat di dalamnya.⁵¹

Muna menjelaskan bahwa “*YouTube channel contains the contents of Islamic education values that are interesting and easily understood by all people*”.⁵² Artinya YouTube berisikan Channel dengan konten nilai-nilai pendidikan Islam yang menarik dan mudah dipahami oleh semua kalangan. YouTube merupakan sarana tercepat serta mampu memikat secara signifikan pola dakwah di media sosial.⁵³

⁵⁰ Umdatul Hasanah, *Ilmu dan Filsafat Dakwah* (Banten: FSEI Press, 2013), hlm. 52.

⁵¹ Faiqah, Nadjib, dan Amir, “Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram”, hlm. 24.

⁵² Muna Nur Azizah Ashidiqi, Anis Rohmatiah, dan Febria Afia Rahmah, “Youtube Free Quran Education As a Source of Islamic Education Learning Materials and Media,” *Khalifa: Journal of Islamic Education* 2, no. 2 (2019): 126–141, hlm. 138.

⁵³ Salma Laila Qodriyah, “Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official),” *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyah* 1, no. 2 (2021): 151–161.