

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kerangka Teoritik

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah apa yang disampaikan didalam proses kegiatan dakwah.

Tiga dimensi yang saling terkait dengan istilah pesan dakwah:

- 1.) Pesan dakwah menggambarkan sejumlah kata atau imajinasi tentang dakwah yang diekspresikan dalam bentuk kata-kata. (isi pesan dan lambang)
 - 2.) Pesan dakwah berkaitan dengan makna yang dipersepsi atau diterima oleh seseorang.
 - 3.) Penerimaan pesan dakwah yang dilakukan oleh mad'u atau objek dakwah

a. Karakteristik Pesan Dakwah

Karakteristik pesan dakwah:

- 1.) Mengandung unsur kebenaran
 - 2.) Membawa pesan perdamaian
 - 3.) Tidak bertentangan dengan nilai-nilai universal
 - 4.) Memberikan kemudahan bagi penerima pesan
 - 5.) Mengapresiasi adanya perbedaan

b. Islam sebagai Pesan Dakwah

Terdapat lima tujuan universal sebagai positif hukum islam:

- 1.) Pemeliharaan kehidupan manusia sebagai tolak ukur utama dan absolut
 - 2.) Pemeliharaan akal manusia dan menentang segala bentuk pengrusakan pikiran

- 3.) Karena akal manusia menjadi inti pengetahuan, maka perjuangan untuk kebenaran pengetahuan menjadi komponen ketiga bagi etika global.
 - 4.) Menjunjung tinggi hakikat manusia dan kehormatan masyarakat
 - 5.) Pemeliharaan kesejahteraan individu, negara ,dan kebudayaan

c. Teori Pesan Dakwah

Teori-teori dakwah antara lain:

- 1.) Teori retorika
 - 2.) Teori hermeneutika
 - 3.) Teori sanad
 - 4.) Teori filantropi

2. Jenis-Jenis Gaya Bahasa

Gaya bahasa dapat ditinjau dari bermacam-macam sudut pandangan. Oleh sebab itu, sulit diperoleh kata sepakat mengenai suatu pembagian yang bersifat menyeluruh dan dapat diterima oleh semua pihak. Pandangan-pandangan atau pendapat-pendapat tentang gaya bahasa sejauh ini sekurang-kurangnya dapat dibedakan, pertama, dilihat dari segi nonbahasa, dan kedua dilihat dari segi bahasanya sendiri. Untuk melihat gaya secara luas, maka pembagian berdasarkan masalah nonbahasa tetap diperlukan. Tetapi untuk memberi kemampuan dan keterampilan, maka uraian mengenai gaya dilihat dari aspek kebahasaan akan lebih diperlukan.

a. Segi Nonbahasa

¹⁵ Pengikut Aristoteles menerima style sebagai hasil dari bermacam-macam unsur.

Pada dasarnya style dapat dibagi atas tujuh pokok sebagai berikut:

¹⁵ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 115

- 1.) Berdasarkan pengarang: gaya yang disebut sesuai dengan nama pengarang dikenal berdasarkan ciri pengenal yang digunakan pengarang atau penulis dalam karangannya. Pengarang yang kuat dapat mempengaruhi orang-orang sejamannya, atau pengikut-pengikutnya, sehingga dapat membentuk sebuah aliran. Kita mengenal gaya Chairil, gaya Takdir, dan sebagainya.
- 2.) Berdasarkan masa: gaya bahasa yang didasarkan pada masa dikenal karena ciri-ciri tertentu yang berlangsung dalam suatu kurun waktu tertentu. Misalnya ada gaya lama, gaya klasik, gaya sastra modern, dan sebagainya.
- 3.) Berdasarkan medium: yang dimaksud dengan medium adalah bahasa dalam arti alat komunikasi. Tiap bahasa, karena struktur dan situasi sosial pemakaiannya, dapat memiliki corak tersendiri. Sebuah karya yang ditulis dalam bahasa jerman akan memiliki gaya yang berlainan, bila ditulis dalam bahasa Indonesia, prancis, atau jepang. Dengan demikian kita mengenal gaya jerman, inggris, prancis, Indonesia, dan sebagainya.
- 4.) Berdasarkan subyek: subyek yang menjadi pokok pembicaraan dalam sebuah karangan dapat mempengaruhi pula gaya bahasa sebuah karangan. Berdasarkan hal ini kita mengenal gaya: filsafat, ilmiah (hukum, teknik, sastra, dan sebagainya), popular, didaktik, dan sebagainya.
- 5.) Berdasarkan tempat: gaya itu mendapat namanya dari lokasi geografis, karena ciri-ciri kedaerahan mempengaruhi ungkapan atau ekspresi bahasanya. Ada gaya Jakarta, gaya jogya, ada gaya medan, ujung pandang, dan sebagainya.
- 6.) Berdasarkan hadirin: seperti halnya dengan subyek, maka hadirin atau jenis pembaca juga mempengaruhi gaya yang dipergunakan seorang pengarang. Ada gaya

populer gaya demagog yang cocok untuk rakyat banyak. Ada gaya sopan yang cocok untuk lingkungan istana atau lingkungan yang terhormat. Ada pula gaya intim (familiar) yang cocok untuk lingkungan keluarga atau untuk orang yang akrab.¹⁶

7.) Berdasarkan tujuan: gaya berdasarkan tujuan memperoleh namanya dari maksud yang ingin disampaikan oleh pengarang dimana pengarang ingin mencerahkan gejolak emotifnya. Ada gaya sentimental, ada gaya sarkastik, gaya diplomatis, gaya agung atau luhur, gaya teknis atau informasional, dan ada gaya humor.

b. Segi bahasa

Dilihat dari sudut bahasa atau unsur-unsur bahasa yang digunakan, maka gaya bahasa dapat dibedakan berdasarkan titik tolak unsur bahasa yang dipergunakan, yaitu:

- 1.) Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata.
 - 2.) Gaya bahasa berdasarkan nada yang terkandung dalam wacana.
 - 3.) Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat.
 - 4.) Gaya bahasa berdasarkan langsung tidaknya makna.

3. Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Kata

Berdasarkan pilihan kata, gaya bahasa mempersoalkan kata mana yang paling tepat dan sesuai untuk posisi-posisi tertentu dalam kalimat, serta tepat tidaknya penggunaan kata-kata dilihat dari lapisan pemakaian bahasa dalam masyarakat. Dengan kata lain, gaya bahasa ini mempersoalkan ketepatan dan kesesuaian dalam menghadapi situasi-situasi tertentu.

Dalam bahasa standar (bahasa baku) dapatlah dibedakan: gaya bahasa resmi (bukan bahasa resmi), gaya bahasa tak resmi dan gaya bahasa percakapan. Gaya bahasa

¹⁶ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 116

dalam tingkatan bahasa nonstandar tidak akan dibicarakan disini, karena tidak akan berguna dalam tulisan-tulisan ilmiah atau ilmiah popular.

Perbedaan antara gaya bahasa resmi dan tak resmi sebenarnya bersifat relatif. Antara kedua ekstrim ini masih terdapat bermacam-macam perbedaan warna yang berturut turut akan masih mengandung unsur-unsur dari gaya sebelumnya, tetapi sementara itu sudah mengandung juga unsur-unsur dari gaya tingkat berikutnya. Dengan demikian perbedaan unsur-unsur di tengah-tengah sukar dibatasi.¹⁷

a. Gaya Bahasa Resmi

Gaya bahasa resmi adalah gaya dalam bentuk lengkap, gaya yang dipergunakan dalam kesempatan-kesempatan resmi, gaya yang dipergunakan oleh mereka yang diharapkan mempergunakannya dengan baik dan terpelihara. Amanat kepresidenan, berita Negara, khotbah-khotbah mimbar, tjuk rencana, pidato-pidato yang penting, artikel-artikel yang serius atau esei yang memuat subyek-subyek yang penting, semuanya dibawakan dengan gaya bahasa resmi.¹⁸

Sebab itu, gaya bahasa resmi pertama tama adalah bahasa dengan gaya tulisan dalam tingkat tertinggi, walaupun sering dipergunakan juga dalam pidato-pidato umum yang bersifat seremonial. Contoh berikut memperlihatkan gaya bahasa ini:

Bahwa sesungguhnya kemerdekaan ini ialah hak segala bangsa dan oleh sebab itu, maka penjajahan diatas dunia harus dihapuskan, karena tidak sesuai dengan perikemanusiaan dan peri-keadilan.

Dan perjuangan pergerakan kemerdekaan Indonesia telah sampailah kepada saat yang berbahagia dengan selamat sentausa mengantarkan rakyat Indonesia kepada

¹⁷ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 117

¹⁸ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 117

pintu gerbang kemerdekaan Negara Indonesia yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil dan makmur.

Atas berkat rahmat Allah yang mahakuasa dan dengan didorongkan oleh keinginan luhur, supaya berkehidupan kebangsaan yang bebas, maka rakyat Indonesia menyatakan dengan ini kemerdekaannya.

Kemudian daipada itu untuk membentuk suatu pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial, maka disusunlah kemerdekaan kebangsaan Indonesia itu dalam suatu Undang-Undang Dasar Negara Indonesia, yang terbentuk dalam suatu susunan Negara Republik Indonesia yang berkedaulatan rakyat dengan berdasarkan kepada: Ketuhanan Yang Mahaesa, Kemanusiaan yang adil dan beradab, Persatuan Indonesia dan kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan serta dengan mewujudkan suatu Keadilan sosial bagi seluruh rakkyat Indonesia.¹⁹

Contoh diatas adalah suatu gaya bahasa resmi, diambil dari Mukadimah UUD'45. Dapat dikatakan bahwa nadanya bersifat mulia dan serius. Kecenderungan kalimatnya adalah panjang-panjang dan biasanya mempergunakan inversi. Tata bahasanya lebih bersifat konservatif dan sering sintaksisnya agak kompleks. Gaya ini memfaatkan secara maksimal segala perbendaharaan kata yang ada, dan memilih kata-kata yang tidak membungkungkan.

¹⁹ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 118

Jadi di sini gaya bahasa resmi tidak semata-mata mendasarkan dirinya pada perbendaharaan kata saja, tetapi juga mempergunakan atau memanfatkan bidang-bidang bahasa yang lain: nada, tata bahasa, dan tata kalimat. Namun unsur yang paling penting adalah pilihan kata, yang semuanya diambil dari bahasa standar yang terpilih.

b. Gaya Bahasa Tidak Resmi

Gaya bahasa tak resmi juga merupakan gaya bahasa yang dipergunakan dalam bahasa standar, khususnya dalam kesempatan-kesempatan yang tidak formal atau kurang formal. Bentuknya tidak terlalu konservatif. Gaya ini biasanya dipergunakan dalam karya-karya tulis, buku-buku pegangan, artikel-artikel mingguan atau bulanan yang baik, dalam perkuliahan, editorial, kolumnis, dan sebagainya. Singkatnya gaya bahasa tak resmi adalah gaya bahasa yang umum dan normal bagi kaum terpelajar.²⁰

Menurut sifatnya, gaya bahasa tak resmi ini dapat juga memperlihatkan suatu jangka variasi, mulai dari bentuk informal yang paling tinggi (yang sudah bercampur dan mendekati gaya resmi) hingga gaya bahasa tak resmi yang sudah bertumpang tindih dengan gaya bahasa percakapan kaum terpelajar. Berikut ini adalah sebuah contoh gaya bahasa tak resmi:

Sumpah pemuda yang dicetuskan pada tanggal 28 Oktober 1928 adalah peristiwa nasional, yang mmengandung benih nasionalisme. Sumpah pemuda dicetuskan pada zaman penjajahan. Nasionalisme pada zaman penjajahan mempunyai watak khusus yakni anti penjajahan. Peringatan kepada sumpah pemuda sewajarnya berupa usaha merealisasikan gagasan-gagasan sumpah pemuda.

²⁰ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 118

Generasi tahun 1928 adalah generasi pencetus sumpah pemuda yang berjuang demi keinginan bernegara. Generasi tahun 1945 berjuang untuk melaksanakan gagasan kemerdekaan. Generasi tahun 1966 adalah generasi Pembina dan pengembang nilai-nilai nasional.

Tiap generasi mempunyai panggilan masing-masing sesuai dengan zamannya. Generasi pencetus dan generasi pelaksana telah menunaikan tugasnya dengan baik. Yang pertama berhasil menciptaakan semangat keinginan bernegara; yang kedua berhasil menciptakan Negara merdeka. Generasi Pembina masih dalam ujian. Belum diketahui sampai di mana kemampuannya untuk membina dan mengembangkan warisan situasi yang diterima dari angkatan pelaksana. Apakah mereka itu mampu membina dan mengembangkan warisan situasi yang telah diterima; apakah mereka itu mampu membina dan mengagungkan nilai-nilai nasional sesuai dengan martabat yang merdeka, masih harus dibuktikan.²¹

Sebagai tampak dalam kutipan diatas, nada gaya bahasa tak resmi lebih santai serta pilihan kata-katanya lebih sederhana. Kalimatnya lebih singkat, efek keseluruhan kurang luhur bila dibandingkan dengan gaya bahasa resmi.

Bagaimanapun juga, tidak boleh disimpulkan bahwa tulisan-tulisan dengan gaya bahasa resmi, atau sebaliknya. Secara ideal gaya yang dipergunakan oleh tiap penulis harus serasi dengan situasi dan topiknya, serta dipihak lain harus diperhitungkan pula dengan kemampuan pembaca atau pendengar. Bagi pendengar atau pembaca tertentu gaya dan kelincahan bahasa resmi lebih menarik. Tetapi bagi pendengar atau pembaca

²¹ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 119

yang lain dalam situasinya yang sama, lebih diinginkan kejelasan dan kemudahan untuk menangkap maknanya.

Singkatnya, gaya bahasa resmi dan tak resmi dapat dibandingkan sebagai berikut. Gaya resmi dapat diumpamakan sebagai pakaian resmi, pakaian upacara, sedangkan gaya bahasa tak resmi adalah bahasa dalam pakaian kerja, yaitu berpakaian secara baik, berpakaian secara konvensional, cermat, tetapi untuk keperluan sehari-hari, bukan untuk pesta atau peristiwa resmi

c. Gaya Bahasa Percakapan

Sejalan dengan kata-kata percakapan, terdapat juga gaya bahasa percakapan. Dalam gaya bahasa ini, pilihan katanya adalah kata-kata populer dan kata-kata percakapan. Namun disini harus ditambahkan segi-segi morfologis dan sintaksis, yang secara bersama-sama membentuk gaya bahasa percakapan ini. Biasanya segi-segi sintaksis tidak terlalu diperhatikan, demikian pula segi-segi morfologis yang biasa diabaikan sering dihilangkan. Kalau dibandingkan dengan gaya bahasa resmi dan gaya bahasa tak resmi, maka gaya bahasa percakapan ini dapat diumpamakan sebagai bahasa dalam pakaian sport. Itu berarti bahasanya masih lengkap untuk suatu kesempatan, dan masih dibentuk menurut kebiasaan-kebiasaan, tetapi kebiasaan ini agak longgar bila dibandingkan dengan kebiasaan pada gaya bahasa resmi dan tak resmi.²²

4. 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

²² Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 120

lebih nyata kalau diikuti dengan sugesti suara dari pembicara, bila sajian yang dihadapi adalah bahasa lisan.

Karena nada itu pertama-tama lahir dari sugesti yang dipancarkan oleh rangkaian kata-kata, sedangkan rangkaian kata-kata itu tunduk pada kaidah-kaidah sintaksis yang berlaku, maka nada, pilihan kata, dan struktur kalimat sebenarnya berjalan sejajar. Yang satu akan mempengaruhi yang lain. Dengan latar belakang ini, gaya bahasa dilihat dari sudut nada yang terkandung dalam sebuah wacana, dibagi atas: *gaya yang sederhana, gaya mulia dan bertenaga, serta gaya menengah.*

a. Gaya Sederhana

Gaya ini biasanya cocok untuk memberi instruksi, perintah, pelajaran, perkuliahan, dan sejenisnya. Sebab itu untuk mempergunakan gaya ini secara efektif, penulis harus memiliki kepandaian dan pengetahuan yang cukup.

Karena gaya ini biasanya dipakai dalam memberi instruksi, pelajaran, dan sebagainya, maka gaya ini cocok pula digunakan untuk menyampaikan fakta atau pembuktian-pembuktian. Untuk membuktikan sesuatu, kita tidak perlu memancing emosi dengan menggunakan gaya mulia dan bertenaga. Bila untuk maksud-maksud tersebut emosi ditonjolkan, maka fakta atau jalan pembuktian akan merosot peranannya. Gaya ini dapat memenuhi keinginan dan keperluan penulis, tanpa bantuan dari kedua gaya lainnya.

b. Gaya Mulia dan Bertenaga

Sesuai dengan namanya, gaya ini penuh dengan vitalitas dan enersi, dan biasanya dipergunakan untuk menggerakkan sesuatu. Menggerakkan sesuatu tidak saja dengan mempergunakan tenaga dan vitalitas pembicara, tetapi juga dapat mempergunakan nada

keagungan dan kemuliaan. Tampaknya hal ini mengandung kontradiksi, tetapi kenyataanya memang demikian. Nada yang agung dan mulia akan sanggup pula menggerakkan emosi setiap pendengar. Dalam keagungan, terselubung sebuah tenaga yang halus tetapi secara aktif dan meyakinkan bekerja untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Khotbah tentang kemanusiaan dan keagamaan, kesusilaan dan Ketuhanan biasanya disampaikan dengan nada yang agung dan mulia. Tetapi di balik keagungan dan kemuliaan itu terdapat tenaga penggerak yang luar biasa, tenaga yang benar-benar mampu menggetarkan emosi para pendengar atau pembaca.²³

Bila wajah luar yang diperlihatkan adalah sama dengan apa yang terdapat di balik tabirnya, maka secara langsung kita namakan gaya yang bertenaga dan penuh vitalitas. Ahli-ahli pidato, demagog-demagog yang ulung biasanya menggerakkan emosi massa dengan gaya ini. Kefasihan yang dimilikinya seoalah-olah banjir yang melanda apa saja yang dijumpainya, menerjang dan menghanyutkan semua batu dan wadas, ke mana saja ingin dibawanya. Massa seoalah-olah turut dihanyutkan dari suatu emosi ke emosi yang lain, dari suatu kutub ke kutub yang lain. Bagi massa yang kurang berpendidikan dan bersifat emosional, gaya ini paling efektif. Tetapi ini tentu tidak dapat dicapai oleh setiap orang. Mereka yang ingin mencoba gaya ini, sekurang-kurangnya harus memiliki pula bakat dan kemauan yang kuat untuk memahirkannya.

c. Gaya Menengah

Gaya menengah adalah gaya yang diarahkan kepada usaha untuk menimbulkan suasana senang dan damai. Karena tujuannya adalah menciptakan suasana senang dan damai, maka nadanya juga bersifat lembut, penuh kasih sayang, dan

²³ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 122

mengandung humor yang sehat. Pada kesempatan-kesempatan khusus seperti pesta, pertemuan, dan rekreasi orang lebih menginginkan ketenangan dan kedamaian. Akan ganjillah rasanya, atau akan timbul disharmoni, kalau dalam suatu pesta pernikahan ada orang yang memberi sambutan berapi-api, mengerahkan segala emosi dan tenaga untuk menyampaikan sepatah kata. Para hadirin yang kurang waspada akan turut terombang-ambing dalam permainan emosi semacam itu.²⁴

Karena sifatnya yang lemah lembut dan sopan santun, maka gaya ini biasanya mempergunakan metafora bagi pilihan katanya. Ia akan lebih menarik bila mempergunakan perlambang-perlambang sementara itu ia memperkenalkan pula penyimpangan-penyimpangan yang menarik hati, cermat dan sempurna nadanya serta menyenangkan pula refleksinya. Kata-kata seolah-olah mengalir dengan lemah lembut bagaikan sungai yang jernih, bening airnya dalam bayangan dedaunan yang hijau di hari cerah.

Walaupun dari segi nada yang terkandung dalam sebuah wacana dapat dibedakan tiga macam sebagai sudah diuraikan di atas, kemampuan berbahasa seseorang tidak hanya terbatas pada ketiga macam gaya tersebut. Seperti halnya gaya menengah terletak antara gaya sederhana, dengan gaya agung dan bertenaga, maka tiap-tiap gaya tersebut masih dapat diperinci lagi atas bagian-bagian yang lebih kecil. Dalam gaya mulia dan bertenaga misalnya, masih terdapat bermacam-macam tingkat keagungan dan kehebatan. Begitu pula dengan gaya menengah dan gaya sederhana. Dengan demikian dapat diperoleh banyak variasi gaya berdasarkan nada, dengan perbedaan-perbedaan yang sangat halus.

²⁴ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 122

Kemahiran berbahasa menuntut pula berbagai macam aspek yang berbeda-beda. Tetapi agaknya akan menertawakan bila dikatakan bahwa seorang orator atau seorang penulis terkenal hanya akan mempergunakan salah satu nada atau gaya sebagai yang telah diuraikan di atas. Semuanya tergantung dari situasi dan kemampuan.²⁵

Seorang penulis atau seorang orator akan mempergunakan semua kemungkinan, sesuai dengan keadaan dan kemampuannya sendiri. Pilihannya tidak didasarkan pada topiknya secara keseluruhan, tetapi lebih banyak ditentukan oleh bagian-bagian dari masalah yang dikemukakan. Seorang pembicara yang baik, tidak akan berbicara dengan nada dan gaya yang sama di dalam forum Dewan Perwakilan Rakyat bila dibandingkan dengan gayanya di depan pengadilan. Dan akan lain pula gayanya dalam sebuah seminar tentang hak-hak azasi manusia yang dinjak-injak oleh suatu golongan, bila dibandingkan dengan gaya bahasanya dalam bersoal-jawab dengan sebuah Panitia Ahli tentang masalah perburuhan, atau dalam sebuah pertemuan pribadi dengan kenalan-kenalan dekatnya.

Jadi dalam sebuah pidato atau tulisan, seorang pembicara atau penulis dapat mempergunakan bermacam-macam cara. Pada suatu kesempatan ia berusaha untuk mengobar-ngobarkan emosi dengan mempergunakan kata-kata yang bertenaga, tetapi pada kesempatan lain ia berbicara dengan lemah lembut. Pada suatu bagian dari pidato atau tulisannya ia berbicara dengan gaya sederhana agar jelas persoalan yang dikemukakannya, namun dibagian lain ia berusaha untuk menyentuh emosi pembaca atau pendengar melalui nada yang agung dan mulia.

²⁵ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 123

5. Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Struktur sebuah kalimat dapat dijadikan landasan untuk menciptakan gaya bahasa. Yang dimaksud dengan struktur kalimat di sini adalah kalimat bagaimana tempat sebuah unsur kalimat yang di pentingkan dalam kalimat tersebut. Ada kalimat yang bersifat periodik, bila bagian yang terpenting atau gagasan yang mendapat penekanan ditempatkan pada akhir kalimat. Ada kalimat yang bersifat kendur, yaitu bila bagian kalimat yang mendapat penekanan ditempatkan pada awal kalimat. Bagian-bagian yang kurang penting atau semakin kurang penting diberikan sebuah bagian yang dipentingkan tadi. Dan jenis yang ketiga adalah kalimat berimbang, yaitu kalimat yang mengandung dua bagian kalimat atau lebih yang kedudukannya sama tinggi atau sederajat.²⁶

Berdasarkan ketiga macam struktur kalimat sebagai yang dikemukakan di atas, maka dapat diperoleh gaya-gaya bahasa sebagai berikut:

a. Klimaks

Gaya bahasa klimaks diturunkan dari kalimat yang bersifat periodik. Klimaks adalah semacam gaya bahasa yang mengandung urutan-urutan pikiran yang setiap kali semakin meningkat kepentingannya dari gagasan-gagasan sebelumnya.

(1). Kami mendoakan agar pada suatu waktu-kapan saja waktunya-mereka dapat berdiri sendiri, bukan bukan supaya mereka tidak bisa tunduk di bawah pengaruh kita, mengabdi dan berbakti kepada kita, tetapi karena justru inilah keadilan sosial yang selama ini kita perjuangkan.

²⁶ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 124

(2). Dalam dunia perguruan tinggi yang dicengkam rasa takut dan ras rendah diri, tidak dapat diharapkan pembaharuan, kebanggaan akan hasil-hasil pemikiran yang obyektif atau keberanian untuk mengungkapkan pendapat secara bebas.

(3). Di samping itu, sastrawan mempunyai waktu yang cukup panjang untuk memilih, merenungkan bahkan menciptakan cara-cara baru dan bentuk-bentuk tertentu dalam penyampaian maksudnya, mereka juga mempunyai kebebasan yang luas untuk menyimpang dari tulisan biasa.

(4). Kesengsaraan membuat kesabaran, kesabaran pengalaman, dan pengalaman harapan.²⁷

Klimaks disebut juga gradasi, istilah ini dipakai sebagai istilah umum yang sebenarnya merujuk kepada tingkat atau gagasan tertinggi. Bila klimaks itu terbentuk dari beberapa gagasan yang berturut-turut semakin tinggi kepentingannya, maka ia disebut anabasis.

b. Antiklimaks

Antiklimaks dihasilkan oleh kalimat yang berstruktur mengendur. Antiklimaks sebagai gaya bahasa merupakan suatu acuan yang gagasan-gagasannya diurutkan dari yang terpenting berurut-urut ke gagasan yang kurang penting. Antiklimaks sering kurang efektif karena gagasan yang penting ditempatkan pada awal kalimat, sehingga pembaca atau pendengar tidak lagi member perhatian pada bagian-bagian berikutnya dalam kalimat itu.

(1). Kita hanya dapat merasakan betapa besarnya perubahan dari bahasa melayu ke bahasa Indonesia, apabila kita menguti pertukaran pikiran, polemic, dan

²⁷ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 124

pertentangan yang berlaku sekitar bahasa Indonesia dalam empat puluh tahun ini antara pihak guru sekolah lama dengan angkatan penulis baru sekitar tahun tiga puluhan, antara pihak guru dengan pihak kaum jurnalis yang masih terdengar gemanya Kongres Bahasa Indonesai dalam tahun 1945.

(2). Ketua pengadilan negeri itu adakag seorang yang kaya, pendiam, dan tidak terkenal namanya (mengandung ironi).

(3). Pembangunan lima tahun telah dilancarkan serentak di Ibu Kota Negara, ibu kota – ibu kota propinsi, kabupaten, kecamatan, dan semua desa di seluruh Indonesia.²⁸

Antiklimaks sebagai dinyatakan dalam kalimat terakhir masih efektif karena hanya mencangkup soal tata tingkat. Tata tingkat ini biasa terjadi karena hubungan organisatoris, hubungan usia atau besar kecilnya sesuatu barang. Tetapi bila yang dikemukakan adalah persoalan atau gaya bahasa yang abstrak, sebaiknya jangan mempergunakan gaya antiklimaks.

Seperti halnya dengan gaya klimaks, antiklimaks dapat dipakai sebagai suatu istilah umum yang masih mengenal spesifikasi lebih lanjut. *Dekrementum* adalah antiklimaks yang berwujud menambah ide yang kurang penting pada ide yang penting seperti pada contoh di atas. Dan bila antiklimaks itu mengurutkan sejumlah ide yang semakin kurang penting, maka ia disebut *katabasis* seperti diperlihatkan pada contoh kedua dan ketiga. Sebaliknya, bila dari suatu ide yang sangat penting tiba-tiba menuik ke suatu ide yang sama sekali tidak penting, maka antiklimaks itu disebut *batos*, misalnya: *Engkaulah raja yang mahakuasa di daerah ini, seorang hamba yang pengecut dari tuanmu yang pemurah*

²⁸ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 125

c. Paralelisme

Paralelisme adalah semacam gaya bahasa yang berusaha mencapai kesejajaran dalam 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.²⁹

(1). Tidak pernah dikemukakan, usahakan dirasakan:

Bahwa bahasa itu lain daripada alat lain dalam pergaulan, mempunyai makna yang tak kurang, bahkan yang barangkali lebih penting pula, oleh karena dalam bahasa itu manusia dapat mencurahkan suka dan dukanya, cinta dan hasrat jiwanya, bahwa bahasa itu mengandung arti yang tiada terkira-kira besarnya, oleh karena segala perasaan manusia dapat, malahan harus terbayang didalamnya.

(2). Sangatlah ironis kedengaran bahwa ia menderita kelaparan dalam sebuah daerah yang subur dan kaya, serta mati terbunug dalam sebuah negeri tang sudah ratusan ia hidup dalam ketentraman dan kedamaian.

(3). Bukan saja perbuatan itu harus dikutuk, tetapi harus juga diberantas. (Tidak baik:

Bukan saja perbuatan itu harus dikutuk, tetapi kita juga harus memberantasnya.)

(4). Baik golongan yang tinggi maupun golongan yang rendah, harus diadili kalau bersalah. (Tidak Baik: Baik golongan yang tinggi maupun mereka yang rendah kedudukannya, harus diadili kalu bersalah.)

²⁹ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 126

Perlu kiranya diingatkan bahwa bentuk paralelisme adalah sebuah bentuk yang baik untuk menonjolkan kata atau kelompok kata yang sama fungsinya. Namun bila terlalu banyak digunakan, maka kalimat-kalimat akan menjadi kaku dan mati.

d. Antithesis

Antitesis adalah sebuah gaya bahasa yang mengandung gagasan-gagasan yang bertentangan, dengan mempergunakan kata-kata atau kelompok kata yang berlawanan.³⁰ Gaya ini timbul dari kalimat berimbang. Perhatikan contoh berikut:

- (1). Mereka sudah kehilangan banyak dari harta bendanya, tetapi mereka juga telah banyak memperoleh keuntungan daripadanya.
 - (2). Kaya-miskin, tua-muda, besar-kecil, semuanya mempunyai kewajiban terhadap kemanan bangsa dan Negara.
 - (3). Hingga kini kusimpan engkau mesra dalam lubuk hatiku, tetapi mulai kini engkau kuanyahkan jauh-jauh bagai musuh yang kejam.
 - (4). Ia sering menolak, tapi sekali pun tak pernah melukai hati.

Sebagai tampak dari contoh-contoh di atasm gaya bahasa antithesis ini mempergunakan juga unsure-unsur paralelisme dan keseimbangan kalimat.

e. Repetisi

Repetisi adalah perulangan bunyi, suku kata, kata atau nagian kalimat yang dianggap penting untuk memberi tekanan dalam sebuah konteks yang sesuai. Dalam bagian ini, hanya akan dibicarakan repetisi yang terbentuk kata atau frasa atau klausa. Karena nilainya dianggap tinggi, maka dalam oratpri timbulah bermacam-macam

³⁰ Keraf, Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 126

variasi repetisi. Repetisi, seperti halnya dengan paralelisme dan antithesis, lahir dari kalimat yang berimbang.³¹

(1). Anggota-anggota masyarakat dalam lingkungan suatu kebudayaan **tahu** akan adat istiadat, kebiasaan dan undang-undang, **tahu** bagaimana ia mesti berkelakuan dalam lingkungan masyarakat dan kebudayaan, dan ia **tahu** juga menafsirkan kelakuab sesamanya dalam masyarakat dan kebudayaan itu, sehingga Ia dapat mereaksi terhadapnya dengan cara yang selayaknya.

(2). Atau maukah kau **pergi bersama** serangga-serangga tanah, **pergi bersama** kecoak-kecoak, **pergi bersama** yang **menyusupi** tanah, **menyusupi** alam?

Karena nilainya dalam oratori dianggap tinggi, maka para orator menciptakan bermacam-macam repetisi yang pada prinsipnya didasarkan pada tempat yang diulang dalam baris, klausa, atau kalimat. Yang penting diantaranya adalah:

(1). *Epizeuksis*: repetisi yang bersifat langsung, artinya kata yang dipentingkan diulang beberapa kali berturut-turut. Misalnya: *kita harus berkerja, bekerja, sekali lagi bekerja untuk mengejar semua ketinggalan kita.*

(2) *Tautoles*: repetisi atau sebuah kata berulang-ulang dalam sebuah konstruksi. Misalnya: *Kau menuding aku, aku menuding kau, kau dan aku menjadi seteru.*

(3). *Anafora*: adalah repetisi yang berwujud perulangan kata pertama pada tiap baris atau kalimat berikutnya. Misalnya:

(a). **Bahasa yang baku** pertama-tama berperan sebagai pemersatu dalam pembentukan suatu masyarakat bahasa-bahasa yang bermacam-macam dialeknya. **Bahasa yang baku** akan mengurangi perbedaan variasi dialek

³¹ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 127

*Indonesia secara geografis, yang tumbuh karena kekuatan bawah-sadar pemakai bahasa Indonesia, yang bahasa pertamanya suatu bahasa Nusantara. **Bahasa yang baku** itu akan mengakibatkan selingan bentuk yang sekecil-kecilnya³².*

(b). *Tapi berdosakah aku, kalau aku bawakan air selalu menyiramnya, hingga phonku berdaun rimbun, tempat aku mencari lindung? Berdosakah aku bersandar ke batang yang kuat berakar melihat tamasya yang molek berdandan menyambut fajar kata Ilahi? Berdosakah aku kalau burungku kecil hinggap di dahan rampak menyanyi sunyi melega hati?*

(4) *Epistrofa*: adalah reptisi yang berwujud perulangan kata atau frasa pada akhir baris atau kalimat berurutan. Misalnya:

(a). Bumi yang kaudiami, laut yang kaulayari adalah puisi
Udara yang kauhirupi, air yang kauteguki adalah puisi
Kebun yang kautanami, bukit yang kaugunduli adalah puisi
Gubuk yang kauratapi, gedung yang kau tinggali adalah puisi

(5) *Simplode* (*symploche*): simplode adalah repetisi pada awal dan akhir beberapa baris atau kalimat berturut-turut. Misalnya:

(a). Kamu bilang hidup ini brengsek. Aku bilang biarin
Kamu bilang hidup ini nggak punya arti. Aku bilang biarin
Kamu bilang aku nggak punya kepribadian. Aku bilang biarin
Kamu bilang aku nggak punya pengertian. Aku bilang biarin

³² Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 128

(6) *Mesodiplosis*: adalah repetisi di tengah baris-baris atau beberapa kalimat berurutan.

Misalnya:

(a). Pegawai kecil jangan mencuri kertas karbon

Babu-babu jangan mencuri tulang-tulang ayam goring

Para pembesar jangan mencuri bensin

Para gadis jangan mencuri perawannya sendiri

(7) *Epanalepsis*: pengulangan yang berwujud kata terakhir dari baris, klausa atau kalimat, mengulang kata pertama. Misalnya:

(a). Kita gunakan pikiran dan perasaan kita.

(b). Kami cintai perdamaian karena Tuhan kami.

(c). Berceriteralah padaku, ya malam, berceriteralah.

(d). Kuberikan setulusnya, apa yang harus kuberikan.³³

(8) Anadiplosis: kata atau frase terakhir dari suatu klausa atau kalimat menjadi kata atau frasa pertama dari klausa atau kalimat berikutnya. Misalnya:

(a). Dalam laut ada tiram, dalam tiram ada mutiara

Dalam mutiara: ah tak ada apa

Dalam baju ada aku, dalam aku ada hati

Dalam hati: ah tak apa jua yang ada

Dalam syair ada kata, dalam kata ada makna

Dalam makna: mudah-mudahan ada Kau!

h andiplosis sering dipakai secara timbale

dan *epanastrofa*.³⁴

³³ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 128

6. Majalah Sebagai Dakwah

a. Pengertian Majalah Sebagai Media Dakwah

Salah satu bentuk media massa yang dikenal sejak dahulu adalah majalah, kehadirannya selain mengarah kepada pelayanan kebutuhan masyarakat maka majalah diarahkan juga kepada khayalak yang lebih khas apakah gaya hidup mereka maupun perbedaan demografisnya.³⁵

Menurut Oemar Seno Adji, majalah adalah alat komunikasi yang bersifat umum dan terbit secara teratur, yang berfungsi sebagai penyebar luasan informasi dan sarana perjuangan untuk mencapai cita-cita pembangunan.³⁶ Sedangkan Kurniawan Junaedhi menyatakan pengertian majalah adalah sebuah penerbitan berkala (bukan harian) yang terbit secara teratur dan sifat isinya tak menampilkan pemberitaan atau sari berita, melainkan berupa artikel, atau yang bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam.³⁷ Saat ini majalah menjadi salah satu media yang cukup diminati sebagai saluran penghubung ide dengan nilai-nilai kebijakan untuk umat karena dianggap memiliki peran dalam proses keberhasilan dakwah.

Keberadaan majalah sebagai media massa di Indonesia dimulai pada awal kemerdekaan Indonesia. Di Jakarta pada tahun 1945 terbit majalah bulanan dengan nama Pantja Raja Pimpinan Markoem Djojihadisoeparto dengan prakarta dari Ki Hajar Dewantoro selaku Menteri Pendidikan pertama RI. Fungsi majalah mengacu

³⁴ Keraf , Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1996, hal 129

³⁵ Alo liliweri, *Memahami Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991) h. 11.

³⁶ A Hamzah, *Delik-delik Pers Indonesia*, (Jakarta: Media Sarana, 2008) h. 37.

³⁷ Kurniawan Junaedhi, *Rahasia Dapur Majalah di Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1995)

pada sasaran pembacanya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda antara satu dengan lainnya.

Tipe atau kategori suatu majalah ditentukan oleh sasaran pembacanya yang dituju. Artinya, sejak awal redaksi sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa, atau pembaca umum artinya dari anak-anak hingga orang dewasa. Bisa juga sasaran pembaca yang dituju dari kalangan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis atau pembaca dengan hobi tertentu seperti bertani, berternak dan memasak.³⁸

Sebagai terbitan berkala, majalah juga berfungsi sebagai ajang diskusi berkelanjutan. Dalam membahas suatu masalah, majalah bisa melakukannya dalam waktu lama, bahkan nyaris tak terbatas selama ada peminatnya. Dibandingkan koran, majalah lebih kuat mengingat emosi pembacanya. Majalah juga diakui menjalankan metode interpretasi yang terpuji sehingga John Fischer, mantan editor majalah Harper's, menyebut majalah sebagai "medium bacaan utama dari generasi ke generasi".

Bagi jutaan pembacanya, majalah merupakan sumber rujukan kehidupan sehari-hari yang terjangkau harganya. Majalah membahas berbagai masalah kehidupan, mulai pengasuhan anak, pola hidup sehat, aneka masalah keluarga, keuangan, keagamaan dan politik.

³⁸ Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2007) h. 119.

b. Jenis dan Isi Keredaksian Majalah

Ada banyak jenis majalah jika dikategorikan berdasarkan pangsa pasarnya. Namun, secara garis besar majalah terbagi ke dalam empat jenis, yaitu :³⁹

1) *Mass Magazine*

Mass Magazine memiliki mempunyai peran besar dalam menjembatani khalayak dari berbagai latar belakang melalui isinya yang bersifat umum.

2) News Magazine

News Magazine memiliki jumlah pembaca banyak dan mereka memiliki ketertarikan terhadap isu-isu kontemporer.

3) *Class Magazine*

Class Magazine secara harfiah dapat diartikan sebagai majalah berkelas. Kualitan majalah dan kontennya ditujukan bagi pembaca yang berpendidikan tinggidan tertarik pada urusan publik serta sastra. Meskipun pembacanya tidak terlalu banyak, majalah jenis ini mempunyai pengaruh kuat karena menghadirkan opini dari para pemimpin atau penguasa.

4) *Specialized Magazine*

Seperti namanya, *Specialized Magazine* menyajikan konten spesifik untuk pembaca yang spesifik pula. Beberapa majalah jenis ini sudah terkenal dan memiliki peran yang cukup besar, sedangkan beberapa majalah jenis lain kurang dikenal luas dan berteras kecil.

Selain jenis, terdapat pula konsep keredaksian majalah yang akan dipaparkan sebagai berikut :⁴⁰

³⁹ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012) h. 186.

1) Slogan (*Tagline*)

Slogan selalu diletakkan disampul depan dan disemua materi publikasi. Misalnya Majalah Sedap, Paduan Cita Rasa Dan Seni Kuliner. Slogan yang tidak terlalu mengikat sering digunakan di bisnis pers, seperti *Press Gazette*, "The Weekly for All Journalist"

2) Jumlah Halaman

Majalah yang terlalu banyak isi akan membuat khalayak untuk membaca, bahkan malas membuka tiap halaman. Mereka tidak selalu memiliki banyak waktu untuk membaca. Oleh karena itu jumlah halaman harus dibuat pas, tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, sesuai dengan kebutuhan pembaca.

3) Panjang Tulisan di Penerbitan Elektronik

Khalayak membuat penerbitan elektronik untuk mencari informasi spesifik, jadi mereka malas untuk membaca tulisan panjang seperti apa yang ada di media cetak. Oleh karena itu, majalah elektronik harus lebih menekankan pada kesegaran dengan menyajikan tulisan yang relatif pendek.

4) Tajuk (Berasal dari Redaksi)

Merupakan tajuk untuk berkomunikasi dengan pembaca. Fungsinya adalah menarik perhatian pembaca kepada bagian-bagian majalah yang kurang mendapat perhatian. Tajuk juga dapat digunakan untuk mendekatkan pembaca dengan redaksi untuk menginformasikan penghargaan apa saja yang didapat oleh majalah tersebut. Adapula majalah yang menggunakan tajuk untuk kolom pendapat redaksi terhadap isu terkini yang terkait dengan isu pembaca.

⁴⁰ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, (Jakarta: Erlangga, 2012) h. 187

5) Daftar Isi

Daftar isi harus bagus dari sisi penulisan maupun desain karena berperan sebagai perpanjangan dari *billboard* atau judul sampul (*cover line*) yang menjual isi majalah. Tujuannya adalah untuk menyampaikan isi materi di dalam majalah secara menarik, ringan, namun tetap informatif. Rubrik reguler dapat ditulis dengan nomor atau halaman saja, namun jika ada hal yang menarik di dalamnya, rubrik tersebut dapat dicantumkan dua kali, yaitu dibagian reguler dan didaftar isi utama. Foto dapat digunakan untuk memperjelas isi artikel, dilengkapi dengan judul dan gambaran singkat. Penggunaan judul yang berbeda didaftar isi dan dirubrik aslinya sebaiknya dihindari, agar pembaca tidak mengira salah membuka halaman. Daftar isi terdiri dari kalimat singkat dan berukuran huruf besar.

6) Info Produk

Halaman yang memuat produk harus akurat. Pengecekan sedapat mungkin menjelang penerbitan. Foto yang digunakan tergantung dari konsep majalah. Majalah yang mengutamakan kualitas harus melakukan pemotretan produk sendiri, sedangkan majalah di luar itu dapat menggunakan foto standar yang bisa didapat di media publik.

7) Kontribusi Pembaca

Majalah perlu mempertimbangkan ruang untuk kontribusi dari pembaca sebagai penanda kedekatan dan keterbukaan terhadap khalayak, sekaligus sebagai sumber materi konten. Biasanya tulisan yang dikirim pembaca perlu diproses ulang oleh editor karena pembaca bukan orang yang ahli dibidang penerbitan. Bagaimanapun juga, tulisan dari pembaca dapat muncul ide dan pengalaman menarik.

8) Profil

Ada bermacam-macam bentuk profil. Ada yang berbentuk wawancara sederhana, tanya jawab, wawancara mendalam yang melibatkan orang-orang di sekitar tokoh profil dan memasukkan latar belakang tokoh, atau artikel analitis. Sebuah profil yang baik seringkali mengungkap lebih banyak atau lebih dalam daripada wawancara biasa. Pembaca cenderung memilih wawancara yang baru dan eksklusif dibanding profil yang paling terpelajar sekalipun. Profil juga dapat memiliki nilai jual untuk diletakkan disampul depan.

9) Liputan Acara

Rubrik liputan acara memberikan kesan kuat bahwa majalah berperan aktif di duninya. Rubrik ini juga menjadi tempat untuk menyimpan laporan karya yang bagus, promosi, penghargaan, atau berita baik lain yang tidak didapat dimasukkan dirubrik berita.

10) Agenda

Rubrik agenda memiliki tujuan sederhana, yaitu untuk membuat daftar acara yang menarik dan berguna bagi pembaca.

11) Next Issue

Cuplikan edisi selanjutnya berguna agar pembaca tahu tema yang akan diangkat selanjutnya dan tertarik untuk membacanya.

Dakwah pada era kontemporer ini dihadapkan dengan berbagai tantangan dan problematika yang semakin kompleks. Hal ini tidak terlepas dari adanya perkembangan dan dinamika masyarakat yang semakin maju dalam peradaban. Pengertian dakwah yakni mendorong manusia agar berbuat kebaikan dan mengikuti

petunjuk agama, menyeru mereka berbuat kebaikan dan melarang mereka dalam hal yang mungkar.⁴¹ Dalam pengertian yang integralistik, dakwah merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang ditangani oleh para pengembang dakwah untuk mengubah sasaran dakwah agar bersedia masuk ke jalan Allah, dan secara bertahap menuju peri kehidupan yang Islami. Suatu proses yang berkesinambungan adalah suatu proses yang bukan insidental, atau kebetulan, melainkan benar-benar direncanakan, dilaksanakan, dan dievaluasi secara terus menerus oleh para pengembang dakwah dalam rangka mengubah perilaku sasaran dakwah sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah dirumuskan.⁴²

Dakwah islam itu harus dijalankan secara serius, melalui aturan-aturan yang benar sehingga dapat diterima dengan komitmen yang sama terhadap kebenaran Islam. Obyek dakwah harus merasa bebas dari paksaan, ancaman serta nilai-nilai yang bersifat merusak yang cenderung untuk anarki atau menang sendiri.⁴³ Dalam *Al-Qur'an* surat An-Nahl ayat 125 disebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan cara bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.

Menurut Moh Ali Aziz, media dakwah adalah alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.⁴⁴ Media dakwah adalah unsur tambahan dalam dakwah, artinya tanpa media pun aktivitas dakwah akan tetap bisa terlaksana.

⁴¹ Wahyu Ilaihi, dkk, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010) h. 9

⁴² Harjani Hefni, dkk, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta, 2003)

⁴³ Harjani Hefni,dkk, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta, 2003) h. 81

⁴⁴ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009) h. 404.

Apalagi dalam penentuan strategi dakwah yang memiliki azas efektifitas dan efisiensi, peranan media dakwah menjadi tampak jelas peranannya.⁴⁶

c. Prinsip-prinsip Memilih Media

Menurut Asmuni Syukir, hal-hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah :

- 1) Tidak ada satu mediapun yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kelemahan, dan keserasian) yang berbeda-beda.
 - 2) Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah yang hendak dicapai.
 - 3) Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwahnya.
 - 4) Media yang dipilih sesuai dengan sifat materi dakwahnya.
 - 5) Pemilihan media hendaknya dilakukan dengan cara obyektif. Artinya pemilihan media bukan atas dasar kesukaan da'i.
 - 6) Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
 - 7) Efektifitas dan efisiensi harus diperhatikan.

d. Prinsip-prinsip Penggunaan Media

Prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai pedoman umum dalam mempergunakan media dakwah adalah sebagai berikut :

- 1) Penggunaan media dakwah bukan dimaksudkan untuk mengganti pekerjaan da'i atau mengurangi peranan da'i.
 - 2) Tiada media satupun yang harus dipakai dengan meniadakan media yang lain.
 - 3) Setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan.

⁴⁶ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1983) h. 164.

- 4) Gunakan media sesuai dengan karakteristiknya.
 - 5) Setiap hendak menggunakan media harus benar-benar dipersiapkan atau diperkirakan apa yang dilakukan sebelum, selama dan sesudahnya.
 - 6) Keserasian antara media, tujuan, materi dan obyek dakwah harus mendapatkan perhatian yang serius.

Media cetak telah lama dikenal oleh masyarakat dan tentu saja mudah dijumpai dimanapun, hal ini memberikan kemudahan sehingga memberikan kemudahan sehingga menjadikan media sebagai alat bantu dakwah. Kedudukan atau peran majalah sebagai media cetak membuat dakwah semakin mudah dan mampu dijangkau masyarakat luas secara bersamaan serta dapat disimpan dan juga dibaca berulang-ulang, ini sesuai dengan strategi dakwah yang efisien dan efektif. Dakwah kini bertransformasi sesuai kebutuhan zaman agar dapat mencapai tujuannya sehingga lebih mengena. Tingkat keberhasilan dakwah pun turut dipengaruhi sarana maupun prasarana yang menunjang dalam penyampaian tersebut.⁴⁷

Menurut Anwar Arifin, media dakwah memiliki beberapa fungsi yaitu :⁴⁸

1) Fungsi Sosial

Fungsi sosial berkenaan dengan kontrol sosial yang dilakukan media dakwah, memberikan topik atau pun penekanan pada masalah-masalah sosial yang diangkat agar opini masyarakat dapat terhimpun dan tersalurkan mencari penyelesaian atas masalah di lingkungan mereka. Selain itu dalam fungsi sosial

⁴⁷ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-ikhlas, 1983) h. 164.

⁴⁸ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) h. 97.

media juga berperan dalam persebaran nilai-nilai positif agar dapat membudaya di masyarakat.

2) Fungsi Politik

Pelaksanaan fungsi media dakwah juga terkait dengan sistem politik dan komunikasi massa yang berlaku di negara tempat media itu lahir, berkembang dan beroprasi. Dengan demikian penggunaan fungsi media juga merupakan cerminan dari sistem politik negara yang bersangkutan yakni ideologi, undang-undang, norma-norma yang ada di masyarakat. Eksistensi dan kehidupan media tidak hanya ditentukan oleh media itu sendiri melainkan sebagai lembaga yang turut serta menyajikan informasi dan turut serta menjaga kepentingan bersama di masyarakat agar terjalin hubungan fungsional yang harmonis antara media, pemerintah dan masyarakat.

3) Fungsi Dakwah

Media dakwah memiliki fungsi dakwah dengan menjaga agar media selalu berpihak kepada kebaikan, kebenaran, dan keadilan universal sesuai dengan fitrah dan kehanifahan manusia dengan taat pada kode etiknya. Sedangkan secara khusus fungsi dakwah berisikan tentang pesan dakwah (*aqidah islamiyah*) dengan tetap memperhatikan aspek ekonomi dari media massa agar tetap bereksistensi.⁴⁹

Tersedianya ragam jenis media yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang dakwah sangat memberi peluang bagi umat manusia untuk mengembangkan kreatifitas dalam syiar islam. Dakwah tidak hanya dapat dilakukan secara lisan,

⁴⁹ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) h. 98

tatap muka dalam ceramah atau taklim, tetapi dapat melalui media massa, baik media elektronik ataupun media cetak. Telah muncul media-media muslim, baik lokal maupun nasional. Hamzah Yaqub membagi media dakwah menjadi lima macam, yaitu :⁵⁰

- 1) Lisan : Merupakan wasilah dakwah yang paling sederhana menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan wasilah ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, musik dan sebagainya.
 - 2) Tulisan : Merupakan wasilah dakwah yang menggunakan buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.
 - 3) Lukisan : Merupakan wasilah dakwah yang menggunakan gambar, karikatur dan sebagainya.
 - 4) Audio Visual : Merupakan wasilah dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya. Seperti : televisi, film, internet, radio dan sebagainya.
 - 5) Akhlak : Merupakan wasilah dakwah dengan menggunakan perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh mad'u.

B. Penelitian Terdahulu

1. Strategi dan Gaya Bahasa Dakwah Dalam Buku Muhammad The Messenger. Skripsi
Program Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta oleh Aziza Suryaningrum, 2016.

⁵⁰ Hamzah Yaqub, *Publistik Islam Teknik dan Leadership*, (Bandung: Diponegoro, 2001) h. 47

Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Untuk mengumpulkan data metode yang diterapkan merupakan metode dokumentasi. Penelitian ini meneliti tentang apa saja strategi dan gaya bahasa dakwah yang digunakan dan terdapat dalam buku Muhammad The Messenger. Sesuai dengan masalah tersebut, data yang digunakan merupakan isi dari buku tersebut, dan untuk menganalisa data peneliti menggunakan model Content Analysis atau yang biasa disebut dengan analisis isi.

2. Penggunaan bahasa jurnalistik pada media republika online : analisis isi kuantitatif berita "demonstrasi penistaan agama edisi 3 sampai 5 november 2016". Skripsi Program Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya oleh arie erfa wahyuni, 2016.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan analisis isi kuantitatif. Peneliti kemudian melakukan dokumentasi pada berita penistaan agama pada media Republika Online. Dari data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis isi kuantitatif.

3. Penggunaan bahasa jurnalitik dalam artikel mahasiswa KPI UIN Sunan Kalijaga (Studi analisis isi pada kolom “suara mahasiswa” harian umum kedaulatan rakyat).

Peneliti meneliti bahasa jurnalistik dalam artikel sebagai objek penelitiannya, lebih menfokuskan pada penggunaan kalimat pendek, kalimat aktif, dan ekonomi kata pada kolom suara mahasiswa yang ditulis oleh Masrur Ridwan jurusan KPI, 2016

4. Aplikasi bahasa jurnalistik dalam rubrik syiar Ramadhan SKH Radar Jogja. Lebih menfokuskan pada penggunaan bahasa, penggunaan kalimat aktif, penggunaan

kalimat pasif, daya tarik bahasa, keterjelasan. Dalam penelitian ini peneliti meneliti surat kabar sebagai objek penelitiannya yang ditulis oleh Muhammad Arif Rohman, 2016.

5. Penerapan bahasa jurnalistik pada berita utama “Straigh News” di surat kabar “Radar Bekasi” edisi 1-5 Oktober 2012. Dalam penelitian ini lebih menfokuskan berita straight news yang digunakan dalam penelitian. Lebih menfokuskan pada ciri bahasa jurnalistik pada judul dan lead yang ada dalam berita utama yang ditulis oleh Eneng Kharunnisa mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah, 2015.

