



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**STRATEGI DAKWAH H. NASRULLAH
DALAM BUKU “RAHASIA MAGNET REZEKI”
(Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:
Jihan Anggrining Mulya
NIM: B01219022

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jihan Anggrining Mulya

NIM : B01219022

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Strategi Dakwah H. Nasrullah dalam Buku “Rahasia Magnet Rezeki” (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk)** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 25 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Jihan Anggrining Mulya
NIM: B01219022

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Jihan Anggrining Mulya
NIM : B01219022
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Strategi Dakwah H. Nasrullah dalam Buku
“Rahasia Magnet Rezeki” (Analisis Wacana
Model Teun A. Van Dijk).

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 25 Juni 2023

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP. 198210122015031004

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Strategi Dakwah H. Nasrullah dalam Buku “Rahasia Magnet Rezeki” (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk)

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Jihan Anggrining Mulya
B01219022

Telah dinyatakan Lulus dalam Ujian Skripsi Sarjana Strata Satu
Pada Tanggal 05 Juli 2023

Tim Penguji

Penguji I



Rozaqul Arif, M.Sos.I
NIP. 198210122015031004

Penguji II



Dr. Fahrur Razi, S.Ag, M.HI
NIP. 196906122006041018

Penguji III



Drs. Syaifuddin Zuhri, M.Si
NIP. 196610242014111001

Penguji IV



Dr. H/Abd. Syukur, M.Ag
NIP. 196607042003021001

Surabaya, 14 Juli 2023

Dekan,



Dr. Moch Cholul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197109071998031001



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademisi UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : Jihan Anggrining Mulya
NIM : B01219022
Fakultas / Jurusan : FDK / Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address : Jihan.am1002@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Strategi Dakwah H. Nasrullah dalam Buku “Rahasia Magnet Rezeki” (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 Juli 2023

Penulis



(Jihan Anggrining Mulya)

ABSTRAK

Jihan Anggrining Mulya (B01219022), 2023, Strategi Dakwah H. Nasrullah dalam Buku “Rahasia Magnet Rezeki” (Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan yang komprehensif melalui pengamatan dan eksposisi yang jelas tentang strategi dakwah yang digunakan H. Nasrullah dalam bukunya yang berjudul “Rahasia Magnet Rezeki”.

Pendekatan yang digunakan untuk mendeskripsikan masalah ini, adalah deskriptif kualitatif dengan metodologi berbasis analisis teks media, yang menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk sebagai jenis penelitiannya. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer, berupa buku Rahasia Magnet Rezeki karya H. Nasrullah dan sumber data sekunder, meliputi literatur yang relevan dengan topik penelitian,

Hasil penelitian menunjukkan bahwa H. Nasrullah menerapkan strategi dakwah dengan 3 pendekatan metode yang telah dikemukakan oleh Al-Bayanuni, yaitu: (1) Pendekatan Emosional, (2) Pendekatan Rasional, dan (3) Pendekatan Indrawi dengan maksud untuk membangkitkan optimisme pembaca dalam meraih rezeki melalui beberapa nasehat, kisah-kisah inspiratif, dan perumpamaan secara ilmiah.

Harapan pada penelitian selanjutnya yaitu, adanya penelitian lain yang menggunakan objek pada buku Rahasia Magnet Rezeki dengan konteks penelitian yang berbeda.

Kata Kunci : Strategi Dakwah, Buku, Analisis Wacana

ABSTRACT

Jihan Anggrining Mulya (B01219022), 2023, H. Nasrullah's Da'wah Strategy in the Book "The Secret of Magnetic Sustenance" (Discourse Analysis of Teun A. Van Dijk's Model)

This research aims to provide a comprehensive explanation through observation and clear exposition of the dakwah strategies employed by H. Nasrullah in his book entitled "The Secret of Magnetic Sustenance."

The approach used to describe this issue is qualitative descriptive research with a media analysis-based methodology, utilizing the discourse analysis model of Teun A. Van Dijk as the research type. The primary data source in this study is the book "The Secret of Magnetic Sustenance " by H. Nasrullah, while the secondary data sources include relevant literature on the research topic.

The research findings indicate that H. Nasrullah applies the da'wah strategy with 3 approaches method that had been proposed by Al-Bayanuni, namely: (1) Emotional Approach, (2) Rational Approach, and (3) Sensory Approach, with the intention of instilling optimism in readers to attain sustenance through various advice, inspirational stories, and scientifically grounded parables.

The hope for further research is that there will be explore the book "The Secret of Magnetic Rezeki" in different research contexts, thereby contributing to the body of knowledge.

Keywords: Da'wah Strategies, Book, Discourse Analysis

مستخلص البحث

جيهان أنجرينج موليا(B01219022) ، 2023، استراتيجية الدعوة للسيد نصر الله في كتاب "سر مغناطيس الرزق" (تحليل نصي على طراز تيون أ. فان دايك).

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح الاستراتيجيات الدعوية التي ينتهجها السيد نصر الله في كتابه "سر مغناطيس الرزق" من خلال الملاحظة والشرح الواضح.

تم استخدام نهج وصفي كيفي لوصف هذه المسألة، حيث استخدم الباحث منهجاً قائماً على تحليل الوسائط الإعلامية، واعتمد تحليل الخطاب المطور من قبل تون آ. فان دايك كنوع من أنواع البحث. أما مصادر البيانات في هذه الدراسة، فهي مصدر بيانات أولي يتمثل في كتاب "سر مغناطيس الرزق" للسيد نصر الله، ومصادر بيانات ثانوية تشمل الأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث.

أظهرت نتائج البحث أن السيد نصر الله يعتمد الاستراتيجية الدعوية ب 3 مناهج اقترحها البيانوني وهي: (1) المنهج العاطفي، (2) المنهج العقلاني، و (3) المنهج الحسي ، بهدف تعزيز تقاؤل القارئ في تحقيق الرزق من خلال بعض النصائح والقصص الملهمة والأمثلة العلمية.

تتمثل الآمال في البحث المستقبلي في وجود بحوث أخرى تستخدم كتاب سر مغناطيس الرزق كموضوع للبحث بسياقات بحثية مختلفة.

الكلمات الرئيسية: استراتيجية الدعوة، الكتاب، تحليل الخطاب.

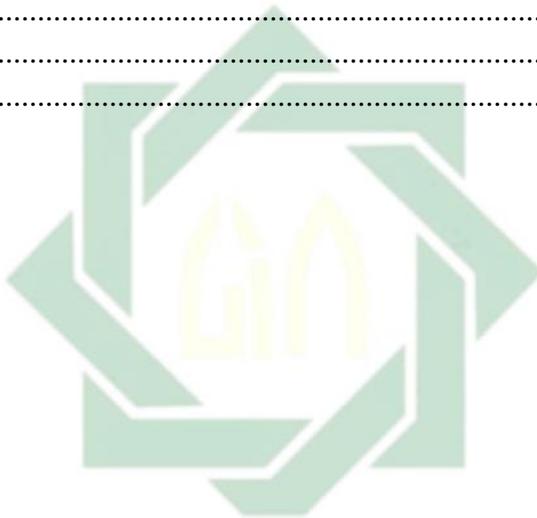
DAFTAR ISI

Persetujuan Dosen Pembimbing	ii
Pengesahan Tim Penguji	iii
Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Otentisitas Skripsi.....	v
Abstrak	vi
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep.....	6
1. Strategi Dakwah	6
2. Buku	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II : KAJIAN TEORETIK.....	11
A. Kerangka Teoretik.....	11
1. Strategi Dakwah	11
a. Al-Manhaj Al-‘Athifi (emosional).....	12
b. Al-Manhaj Al-Aqli (Rasional)	13
c. Al-Manhaj Al-Hissi (Indrawi).....	16
2. Buku Sebagai Media Dakwah	19
a. Pengertian Media Dakwah	19
b. Jenis-Jenis Media Dakwah	20
c. Dakwah melalui Buku	21
d. Keunikan Buku sebagai Media Dakwah	23
3. Analisis Wacana Teun A. Van Dijk.....	25
B. Penelitian Terdahulu	40

BAB III : METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	49
B. Unit Analisis.....	49
C. Jenis dan Sumber Data	49
D. Tahap-Tahap Penelitian	50
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Teknik Analisis Data.....	52
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	53
1. Biografi H. Nasrullah	53
2. Sekilas Pembahasan pada Bab The Power of Positive Thingking dalam Buku Rahasia Magnet Rezeki	54
B. Penyajian Data	55
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	61
1. Analisis Data	61
2. Pembahasan.....	72
 BAB V : PENUTUP.....	78
A. Simpulan	78
B. Saran dan Rekomendasi	78
C. Keterbatasan Penelitian	79
 Daftar Pustaka	80
Lampiran Biografi Peneliti.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	29
Tabel 2.2	36
Tabel 2.3	45
Tabel 4.1	61
Tabel 4.2	63
Tabel 4.3	64
Tabel 4.4	66
Tabel 4.5	68



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	53
Gambar 4.2	62



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kegiatan mengajak dalam Islam disebut dengan istilah berdakwah. Dilihat secara etimologi, pengambilan kata “dakwah” berasal dari bahasa arab yakni *da'a* (دعا), *yad'u* (يدعو), *da'wah* (دعوة) yang artinya adalah seruan, ajakan, ataupun panggilan.¹ Sedangkan jika dilihat dari terminologisnya, kata dakwah mempunyai makna mengajak maupun menggerakkan manusia untuk mentaati segala ajaran-ajaran dari Allah SWT yang didasarkan pada Al-Qur'an dan hadist.² Dakwah juga digambarkan sebagai bagian dari proses menyampaikan ajaran Islam dari satu orang ke orang lain secara langsung serta khushyuk. Hal inilah yang dikenal dengan istilah "*amar ma'ruf nahi munkar*", yaitu melakukan hal tersebut untuk mencapai "kebahagiaan dan kesejahteraan hidup dunia dan akhirat".³ hal ini selaras dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah Ali Imron ayat 104:⁴

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”

¹ Ahmad Warson Munawwir. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Edisi Ke-2. (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997). H, 406.

² M, Munier. *Metode Dakwah*. Cet ke-3. (Jakarta: Kencana, 2009). H, 5.

³ Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi cetakan ke-6. (Jakarta: Kencana, 2017). H, 32.

⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 63.

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi kegiatan dakwah dapat dikemas dengan berbagai sarana dan strategi, agar maksud dan tujuan dari dakwah ini dapat tercapai secara efektif. Dakwah pun tidak cukup jika hanya dilakukan secara lisan, melainkan dakwah juga dapat dilakukan melalui karya tulis yang disebut sebagai dakwah *bil Qalam*. Kata Qalam dirujuk dari firman Allah SWT dalam Qur'an Surah Al-Qalam ayat pertama, yang berbunyi:⁵

ن ۚ وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

“Nun. Demi pena dan apa yang mereka tuliskan”.

Kata Qalam juga disebutkan dalam Qur'an surah Al-'Alaq ayat 4-5, sebagai pengagungan terhadap kedudukan “pena” yang dijadikan sebagai perantara untuk mengajarkan berbagai hal kepada manusia, Allah SWT berfirman:⁶

الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۗ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

“(Allah) Yang mengajar manusia dengan perantara pena (baca tulis). Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak di ketahuinya”.

Berdasarkan makna Qalam sebagai tulisan, dakwah bil Qalam dapat dianggap sebagai sinonim dari dakwah bil khitabah. Qalam, yang berarti pena, memiliki makna yang lebih dinamis karena digunakan sebagai perangkat untuk menulis, sementara khitabah, yang berarti tulisan, menggambarkan konotasi yang lebih statis karena melibatkan hasil dari penggunaan pena. Oleh karena itu, Dakwah bil Qalam dapat didefinisikan sebagai bentuk dakwah yang menggunakan pendekatan cerdas untuk mengajak individu menuju jalan yang benar sesuai perintah

⁵ Ibid. H, 564

⁶ Ibid. H, 594.

Allah SWT, dengan memanfaatkan seni tulisan. Pendekatan ini dapat diterapkan melalui berbagai sarana, baik dalam bentuk media cetak seperti buku, surat kabar, majalah, dan sejenisnya, maupun dalam bentuk media elektronik seperti artikel dan lainnya. Hal ini sejalan dengan hadits yang diriwayatkan oleh Ibn Jarir dari Ibn Abbas ra, Nabi SAW bersabda: “*Setelah Allah menciptakan nun, yakni dawat, dan setelah menciptakan qalam, Dia berkata*”*Tulislah! Ya Rabbi, apa hamba tulis?, Allah menjawab; tulislah semua yang ada sampai hari kiamat.*”⁷

Dakwah bil Qalam, melalui karya tulis khususnya buku ini dinilai efektif dan mempunyai pengaruh yang tinggi, karena buku adalah salah satu media dakwah yang dibutuhkan untuk perkembangan zaman sekarang hingga nanti dapat disimpan serta dikaji ulang tanpa terbatas ruang dan waktu⁸ Ada satu peribahasa latin kuno yang terkenal yakni, “*Verba volant, scripta manent*” (Kata-kata lisan terbang, sementara tulisan menetap).⁹ Artinya dakwah melalui karya tulis tidaklah mudah lenyap sekalipun seorang da’i atau penulisnya telah wafat. Hal ini juga dibuktikan dengan masih terjaganya ayat-ayat dalam kitab suci Al-Qur’an serta kitab-kitab klasik dari zaman para sahabat, dan para ulama terdahulu yang masih dikaji oleh masyarakat masa kini.¹⁰

⁷ Alamsyah. “Efektivitas Dakwah Melalui Majalah”. *Jurnalisa*. (online). Vol 04. Nomor 1. 2018. Dari <https://journal.uin-alauddin.ac.id/>.

⁸ Venny Yunita. “Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah pada Buku Percepatan Rezeki dalam 40 Hari dengan Otak Kanan”. *Skripsi*. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2018. H, 4. Dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/>.

⁹ Wikipedia. *Verba volant, scripta manent*. 12 Februari 2023. Dari <https://id.wikipedia.org/>.

¹⁰ Shofura Maulida Rahma. "Dakwah Bil Qalam dalam Buku Kiai Hologram Karya Emha Ainun Nadjib (Analisis Wacana Norman Fairclough)". *Skripsi*.

Bukan perkara yang mudah menyampaikan dakwah bil Qalam melalui tulisan, khususnya buku, karena metode yang diambil harus murni sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan jurnalistik, diantaranya penggunaan bahasa atau *language* yang bersifat komunikatif agar tulisan lebih ringan dibaca khalayak umum dan lapisan masyarakat. Oleh karena itu, Da'i atau penulis harus memiliki konsep yang baik dan sebuah strategi yang harus dipikirkan secara matang, agar dapat mencapai tujuan tertentu secara efektif.

Banyak penulis yang berhasil menyampaikan dakwahnya menggunakan media buku sehingga pembaca mampu merubah karakter dan sikapnya setelah membaca berbagai buku karangannya, salah satu diantaranya yaitu: buku yang berjudul "Rahasia Magnet Rezeki", karya H. Nasrullah. Sebuah buku yang mengulas tentang bagaimana sikap seorang muslim untuk dapat menarik rezeki dengan cara yang ajaib. Cara ajaib yang dimaksud adalah perubahan tiga hal dalam diri yang harus reset ulang. *Pertama*, perubahan terhadap pikiran. artinya pikiran kita harus selalu positif atas semua kejadian yang diberikan oleh Allah dalam kehidupan ini. Kejadian baik dan kejadian buruk harus tetap kita berikan respon yang positif. *Kedua*, positif feeling atau perasaan yang positif. Ketika kita ingin selalu dalam keadaan positif feeling, maka hati dan jantung kita harus selalu dalam keadaan tenang agar dapat tercipta pikiran yang tenang. *Ketiga*, positif motivation atau motivasi positif. maksudnya adalah ketika kita sudah berbaik sangka kepada Allah, maka lakukan segala motif tindakan baik kita dengan ikhlas, Tidak pamrih, serta memiliki rasa syukur terhadap segala nikmat yang telah diberikan Allah SWT.

Selain sebagai pendakwah, H. Nasrullah dikenal sebagai penulis, pengusaha, dan guru properti pada tahun 2009. Kemudian, pada tahun 2010, Uztadzah Bunda Ningrum menunjuk H. Nasrullah sebagai *tour operator* perjalanan haji dan umrah lembaga Mihrab Qolbi Travel. Buku Rahasia Magnet Rejeki yang ditulis oleh H. Nasrullah pada tahun 2016 mampu menjadi Mega Best Seller pada tahun 2019. Buku ini merupakan penerapan sains-kimia yang dipadukan dengan spiritual. Uniknya, buku ini ditulis dari sesi trainingnya. Rekaman *training* yang ditranskripsikan dalam berbagai format penulisan yang telah dibukukan, sehingga gaya bahasa dalam buku Rahasia Magnet Rezeki yang digunakan H. Nasrullah sangat sederhana, membuat seolah-olah pembacanya sedang berada di tempat training. H. Nasrullah dalam bukunya memiliki tujuan untuk membimbing pembacanya yang ingin mendapatkan rezeki dengan cara-cara yang logis dan dapat dilakukan oleh siapa saja, agar dapat memberikan efek positif yang dapat dirasakan setelah membacanya, seperti cara pandang kita terhadap hidup dan kehidupan ini akan berubah.

Melihat penjelasan diatas, maka dipahami bahwa H. Nasrullah mempunyai cara unik dalam menyampaikan pesan melalui karya tulisnya. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti berdasarkan sudut pandang strategi dakwah yang dilakukan oleh H. Nasrullah dalam karya bukunya yang berjudul Rahasia Magnet Rezeki.

B. RUMUSAN MASALAH

Penelitian ini berisi rumusan masalah yang diangkat yakni Bagaimana Strategi Dakwah H. Nasrullah dalam buku “Rahasia Magnet Rezeki” menurut analisis wacana model Teun A. Van Dijk pada Bab “*the power of Positive Thinking*”?.

C. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui Bagaimana Strategi Dakwah yang dilakukan H. Nasrullah dalam bukunya yang berjudul “Rahasia Magnet Rezeki” menurut analisis wacana model Teun A. Van Dijk pada Bab “*the power of Positive Thingking*”.

D. MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan pemaparan yang peneliti paparkan diatas, penelitian ini memiliki manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoretis

Penemuan penelitian ini diharapkan dapat memajukan dan memberikan kontribusi ilmu pengetahuan serta menambah pemahaman baru, khususnya di bidang komunikasi dan penyiaran Islam, yang menitikberatkan pada bagaimana mengkomunikasikan makna melalui media dakwah berupa karya tulis buku.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap bahwa hasil temuan dalam penelitian ini dapat memberikan panduan bagi mereka yang tengah mempelajari bidang komunikasi dan penyiaran Islam, serta masyarakat umum, khususnya bagi para praktisi dakwah yang ingin berperan secara aktif dalam menjalankan tugas-tugas dakwah dengan menerapkan strategi melalui media cetak, terutama melalui penulisan dalam buku.

E. DEFINISI KONSEP

1. Strategi Dakwah

Dilihat dalam bahasa Yunani, kata strategi bermakna "*strategos* atau *strategia*" yang berarti "*general* atau *generalship*."¹¹ Secara terminologi kata ini

¹¹ Rahayu Puji Suci. *Esensi Manajemen Strategi*. (Sidoarjo: Zifatama, 2015). H, 1.

banyak dimaknai dengan berbagai istilah tergantung dari konteks apa yang digunakannya. Sedangkan, yang dimaksud dengan “strategi” dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah “merencanakan dengan cermat suatu kegiatan dengan tujuan untuk mencapai target khusus”.¹² Strategi melibatkan pengidentifikasian tujuan yang ingin dicapai dan penentuan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya. Hal ini melibatkan analisis situasi, pengambilan keputusan, alokasi sumber daya, dan implementasi tindakan yang tepat.¹³ Strategi dapat mencakup berbagai aspek, salah satunya seperti strategi dakwah. Strategi dalam konteks dakwah, bertujuan agar dapat menunjang keberhasilan dakwah.

Strategi dakwah dapat dilihat sebagai salah satu dari rangkaian kegiatan yang dilakukan demi mencapai tujuan dakwah. Dalam bukunya Ilmu Dakwah, Moh. Ali Aziz membagi dua tujuan dakwah yakni tujuan utama (umum) dan tujuan khusus.¹⁴ Tujuan utama inilah yang menjadi topik dasar penyusunan sekaligus menciptakan strategi dakwah, dengan masing-masing tetap memperhatikan tujuan khususnya.

Setidaknya ada tiga komponen yang akan digunakan untuk membaca dan memahami strategi dakwah dalam buku Islami yang cukup populer berjudul “Rahasia Magnet Rezeki” karya H. Nasrullah berdasarkan konsep yang telah dikemukakan oleh Al-Bayanuni dalam penelitian ini, yakni: strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi.

¹² Ebta Setiawan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. Edisi III. 2021. Dari <https://kbbi.web.id/>.

¹³ Richard L. Daft. *Era Baru Manajemen*. Terj, Tita Maria Kanita. Ed Ke-9. (Jakarta: Salemba Empat, 2010). H, 220.

¹⁴ Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi cetakan ke-6. (Jakarta: Kencana, 2017). H, 300.

2. Buku

Buku merupakan sekumpulan lembaran kertas (ataupun bahan lain) yang dikumpulkan dalam sebuah jilid menjadi satu kesatuan yang ujungnya memiliki sebuah tulisan maupun gambar visual.¹⁵ Buku juga dapat dimaknai sebagai sebuah alat yang membantu untuk memahami dan mempelajari berbagai hal. Selain itu buku memiliki kekuatan luar biasa dalam mengubah pola pikir manusia, karena berpengaruh terhadap wawasan dan nilai-nilai tertentu khususnya pada anak.¹⁶

Buku menjadi salah satu sarana yang banyak digunakan untuk mengkomunikasikan pengetahuan, hiburan, dan menginspirasi para pembaca. Isi buku dapat berupa fiksi atau non-fiksi, tergantung pada tujuan dan jenis buku tersebut. Buku fiksi berisi cerita-cerita imajinatif dan karakter-karakter yang diciptakan oleh pengarang, sementara buku non-fiksi berisi informasi, fakta, panduan, atau pemikiran berdasarkan realitas dan penelitian.¹⁷ Buku bertujuan memberi penerangan, pemahaman dan penjelasan tentang pengetahuan serta kumpulan informasi dalam masyarakat mengedepankan kemudahan serta penampilan.¹⁸ Buku memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan literasi, Pendidikan, dan pemahaman tentang dunia. Melalui buku, informasi dapat di pertukarkan, cerita dapat diungkapkan, dan ide-ide dapat disebarluaskan kepada pembaca diberbagai belahan dunia.

¹⁵ Ibid. H, 358.

¹⁶ Masnur Muslich. *Textbook Writing: Dasar-dasar Pemahaman, Penulisan, dan Pemakaian Buku Teks*. (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010). Hal, 51.

¹⁷ Nurul Hidayah. "Perbedaan Buku Fiksi & Non Fiksi dari Ciri, Struktur, serta Contoh". *Artikel*. 2023. Dari <https://www.brainacademy.id/>.

¹⁸ M, Tata Taufik. *Etika Komunikasi Islam*. (Bandung: Pustaka Setia, 2012). Hal, 57.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Pada penyusunan penelitian skripsi ini, agar dapat mempermudah penulisan dan memperjelas struktur dari penyusunan, maka peneliti merumuskan sistematika penulisan, sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Menjelaskan tentang pemahaman istilah dakwah hingga fenomena perkembangan dakwah di era digital, apa strategi dakwah yang dipersiapkan untuk bersaing di era yang semakin maju. Menunjukkan beberapa rumusan masalah yang menjadi segenap pertanyaan dalam sebuah penelitian. bagaimana strategi dakwah H. Nasrullah dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* menurut Analisis Wacana Model Teun A. Van Dijk pada Bab “*the power of Positive Thinking*”. Adapun tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis. Selain itu, dijelaskan juga tentang definisi konsep yang meliputi metode dakwah dan buku. Serta menampilkan sistematika pembahasan.

BAB II : Kajian Teoretik

Memberikan penjelasan terkait kerangka teori yang digunakan sebagai indikitaor dalam membahas dan menganalisis masalah dalam penelitian. Pembahasan ini meliputi strategi dakwah, buku sebagai media dakwah, dan analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Selain itu, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada beberapa penelitian terdahulu yang masih relevan dengan ciri khas dan keunggulan teoritiknya

BAB III : Metode Penelitian

Menjelaskan tentang bagaimana dan apa itu jenis penelitian yang digunakan, dimana penelitian ini tentunya menggunakan deskriptif kualitatif, dengan metodologi berbasis analisis teks media, yang menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk sebagai jenis penelitiannya. Unit analisis yang ditampilkan bersumber dari buku *Rahasia*

Magnet Rezeki karya H. Nasrullah, dengan fokus penelitiannya adalah pada BAB 2 tentang “*The Power of Positive Thinking*”. Selanjutnya Jenis dan Sumber data yang digunakan ada dua, yakni data primer dan data sekunder. Kemudian tahap-tahap penelitian yang meliputi mencari dan menentukan tema, mengidentifikasi masalah, menyusun kerangka penelitian, menentukan metode penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data, serta penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data juga ditampilkan, yang menggunakan observasi serta dokumentasi. Serta teknik analisis data yang menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Memberikan pemahaman terkait penyajian data yang diperoleh berdasarkan hasil obsevrasi dan dokumentasi, diantaranya: gambaran umum subyek penelitian, penyajian data, pembahasan hasil, atau analisis data dengan perspektif teori dan perspektif Islam.

BAB V : Penutup

Menampilkan poin-poin kesimpulan terkait dengan jawaban permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Selain itu, termuat juga saran atau rekomendasi yang ditujukan untuk penelitian selanjutnya, agar pembahasan yang terkait penelitian ini dapat berkembang lebih mendalam

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. KERANGKA TEORETIK

Kerangka teoretik merupakan sebuah model konsep tentang sebuah teori yang digunakan, agar penelitian bisa fokus dan lebih terarah. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki beberapa kerangka teoretik, diantaranya yaitu:

1. Strategi Dakwah

Strategi dakwah merupakan proses dalam merencanakan dan menetapkan sebuah rumusan dalam ajaran agama Islam agar dapat disampaikan, diajarkan, dan diamalkan dalam sehari-hari.¹⁹ Tujuan disusun dan dirancangannya strategi dakwah agar adanya perubahan sikap dan perilaku yang terjadi pada madu'u dengan tetap memperhatikan tujuan khusus dalam proses kegiatan berdakwah. Adapun asas-asas strategi dakwah, diantaranya:²⁰

- a. Asas filosofis membicarakan masalah yang erat hubungannya dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam proses aktivitas dakwah.
- b. Asas kemampuan dan keahlian dai.
- c. Asas sosiologis membahas masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah.
- d. Asas psikologis membahas masalah yang terkait dengan kejiwaan manusia, karena seorang dai dan sasaran dakwahnya memiliki karakteristik kejiwaan yang unik dan berbeda satu sama lainnya.

¹⁹ Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi cetakan ke-6. (Jakarta: Kencana, 2017). H, 299.

²⁰ Pattaling. "Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur-Unsur Dakwah". *Jurnal Farabi*. (online). Vol, 10. No, 2. 2013. Dari <https://journal.iaingorontalo.ac.id/>.

- e. Asas efektivitas dan efisiensi berusaha mencapai hasil yang maksimal dengan menggunakan sedikit biaya, waktu, dan tenaga yang dikeluarkan

Prof Moh Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, menyampaikan bahwa strategi hanya menunjuk pada suatu perencanaan untuk mencapai suatu tujuan, sedangkan untuk merealisasikan strategi dakwah yang telah ditetapkan, maka diperlukan pendekatan melalui sebuah metode.²¹ Selain itu, strategi dakwah juga diartikan oleh Al-Bayanuni sebagai cara yang digunakan oleh da'i dalam berdakwah, atau dengan kata lain diartikan sebagai cara penerapan metode berdakwah.²²

Adapun 3 bentuk metode yang dikemukakan Al-Bayanuni dengan berbagai pendekatan yang berbeda untuk menerapkan strategi dakwah, yaitu:²³

- a. *Al-Manhaj Al-'Athifi* (Metode 'Athifi)

Pada metode dakwah 'Athifi, dakwah yang dilakukan didasarkan pada perencanaan dan strategi yang difokuskan pada pendekatan emosional, batin, aspek hati, dan aspek perasaan mad'u. artinya, metode ini bertujuan memberikan pemahaman Islam kepada mad'u melalui beberapa nasihat yang berkesan, memanggil dengan penuh kelembutan, dan melayani sepenuh hati, setelah itu mad'u akan diingatkan dengan pahala dan dosa dan kisah kisah

²¹ Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi cetakan ke-6. (Jakarta: Kencana, 2017). H, 305.

²² Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terj, Masturi Ilham dan Muhammad Malik Supar. (Jakarta: PUSTAKA AL-KAUTSAR, 2021). H, 247.

²³ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terj, Masturi Ilham dan Muhammad Malik Supar. (Jakarta: PUSTAKA AL-KAUTSAR, 2021). H, 215.

yang dapat membangkitkan optimisme serta menjadi suri tauladan.

1) Ranah Penerapan Metode 'Athifi

Metode ini fleksibel sehingga dapat digunakan pada berbagai keadaan. Namun, penerapan metode ini lebih tepat ditujukan untuk mad'u yang tergolong sebagai berikut:

- a) orang awam, yakni seseorang yang tidak diketahui tingkat keimanannya dan bagaimana keadaannya,
- b) orang yang hatinya lemah layaknya perempuan, anak yatim, orang miskin, dan sebagainya.

2) Keunggulan Metode 'Athifi

Metode ini memiliki beberapa keistimewaan dan keunggulan yang secara khusus dapat disesuaikan dengan karakter serta tujuan-tujuan dakwah, diantaranya:

- a) Kelembutan gaya penyampaian dan pemilihan materi yang berkesan sehingga cepat diterima oleh sasaran dakwah.
- b) Tranformasi pengaruh dakwah yang cepat, dalam pengamalannya, mengikuti perubahan perasaan dan emosional.

b. *Al-Manhaj Al-Aqli* (Metode Aqli)

Metode aqli, merupakan pola dakwah yang terfokus pada aspek akal dan pikiran. Metode inilah yang dapat mendorong mad'u berfikir secara jernih dan rasional dengan cara merenungkan kembali perbuatan yang akan dilakukan dengan pemikiran logis, serta hikmah yang dapat ia ambil atas perbuatannya. Ada beberapa terminologi dari Al-Qur'an yang menjadi pedoman utama metode aqil,

yaitu:²⁴ *Tafakkur* (proses berpikir yang bertujuan untuk mencapai tujuan dan mempertimbangkannya), *Tadzakkur* (mengingat ilmu yang perlu disimpan setelah terlupakan), *Nazhar* (Meningkatkan kemampuan hati agar mempunyai konsentrasi pada tujuan), *Taamul* (Pemikiran yang diulang-ulang hingga mereka mengungkapkan makna sebenarnya dari hatinya sendiri), *I'tibar* (penerapan ilmu pengetahuan pada suatu pemikiran yang saat ini tidak sedang dipikirkan), *Tadabbur* (Suatu upaya untuk mempertimbangkan efek atau dampak yang dihasilkan dari setiap masalah), *Istibshar* (menanggapi sesuatu, mengungkapkannya, dan menampilkannya ke mata hati).

Adapun gaya penyampaian yang unggul dari metode aqli, yakni:²⁵ *Pertama*, penetapan keputusan yang rasional atau penggunaan hukum logika, seperti: *Qiyas Aula* (analogi kasus yang lebih utama), *Qiyas Musawi* (Analogi kasus yang selevel), *Qiyas Al-Khalf* (analogi terbalik), *Qiyas Dhimni* (analogi inklusif). *Kedua*, Diskusikan dan perdebatkan subjek atau masalah agar dapat menghasilkan konsensus (hasil) dari sudut pandang lain. *Ketiga*, memberikan contoh baik secara jelas, samar, ataupun diselingi dengan perumpamaan lain yang berlaku dalam masyarakat. *Keempat*, Menceritakan kembali kisah-

²⁴ Muklis. "Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah)". *Islamic Comunication Journal*. (online). Volume 03, nomer 1. 2018. Dari <https://journal.walisongo.ac.id/>.

²⁵ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terj, Masturi Ilham dan Muhammad Malik Supar. (Jakarta: PUSTAKA AL-KAUTSAR, 2021). H, 219-221.

kisah yang rasional untuk dijadikan pembelajaran dan suri tauladan.

1) Ruang Lingkup Penerapan Metode Aqli

Metode aqli dapat diterapkan dalam ruang lingkup yang beraneka ragam, diantaranya:

- a) Dalam lingkup orang yang lalai akan kekuasaan Allah SWT dan kebenaran yang tidak membutuhkan penjelasan akal. seperti firman Allah SWT, dalam QS. At-Tur: 35²⁶

أَمْ خُلِقُوا مِنْ غَيْرِ شَيْءٍ أَمْ هُمُ الْخَالِقُونَ ﴿٣٥﴾

“Atau apakah mereka tercipta tanpa asal-usul atautkah mereka yang menciptakan (diri mereka sendiri)?.”

Dan dalam QS. Al-Anbiya: 22, Allah SWT berfirman:²⁷

لَوْ كَانَ فِيهِمَا آلِهَةٌ إِلَّا اللَّهُ لَفَسَدَتَا فَسُبْحَانَ اللَّهِ رَبِّ الْعَرْشِ عَمَّا يَصِفُونَ ﴿٢٢﴾

“Seandainya pada keduanya (di langit dan di bumi) ada tuhan-tuhan selain Allah, tentu keduanya telah binasa. Mahasuci Allah yang memiliki ‘Arsy, dari apa yang mereka sifatkan.”

- b) Dalam lingkup orang-orang rasionalis yang selalu mengandalkan akal.
- c) Dalam lingkup orang-orang yang bijaksana, jauh dari sifat fanatisme, dan tidak memiliki kepentingan secara khusus.

²⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 525.

²⁷ Ibid. H, 323.

- d) Dalam lingkup individu yang terdampak secara samar dan syubhat, serta orang-orang yang akhirnya terperdaya dengan segala hal yang keliru.
- 2) Keunggulan dan Keutamaan Metode Aqli
- Berikut beberapa keunggulan dan keistimewaan yang dimiliki oleh Metode aqli:
- a) Berpedoman terhadap hasil-hasil rasional dan kaidah-kaidah Ilmu Mantiq (Ilmu Logika) yang jernih.
 - b) Berpengaruh sangat kuat terhadap mitra dakwah, sehingga menimbulkan perubahan cara berfikir.
 - c) Bantahan yang jelas sebagai argument untuk pihak-pihak penentang yang ingkar.
- c. *Al-Manhaj Al-Hissi* (Metode Hissi)

Salah satu metode yang terkenal dengan metode eksperimen (metode ilmiah). Metode ini adalah rangkaian dakwah yang sistematis dengan berbagai prosedur dakwah yang beragam dan berorientasi pada indra manusia serta difokuskan pada temuan penelitian.²⁸ Adapun gaya penyampaian yang menonjol dalam metode hissi, diantaranya:

- 1) Menarik panca indra untuk melihat dan mengenali hal-hal yang bersifat indrawi, agar keyakinan dapat tercapai melalui pemahaman panca indra. Seperti pada firman Allah SWT:

وَفِي الْأَرْضِ آيَاتٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ ﴿٢٠٦﴾ وَفِي أَنفُسِكُمْ
 أَفَلَا تُبْصِرُونَ ﴿٢٠٧﴾ وَفِي السَّمَاءِ رِزْقُكُمْ وَمَا

²⁸ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terj, Masturi Ilham dan Muhammad Malik Supar. (Jakarta: PUSTAKA AL-KAUTSAR, 2021). H, 223.

تَوَعَّدُونَ ﴿٢٢﴾ فَوَرَبِّ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ إِنَّهُ لَحَقٌّ
مِّثْلُ مَا أَنتُمْ تَنطِقُونَ ﴿٢٣﴾

“Dan di bumi terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang yakin, dan (juga) pada dirimu sendiri. Maka apakah kamu tidak memperhatikan? Dan di langit terdapat (sebab-sebab) rezekimu dan apa yang dijanjikan kepadamu. Maka demi Tuhan langit dan bumi, sungguh, apa yang dijanjikan itu pasti terjadi seperti apa yang kamu ucapkan.” (Adz-Dzariyat: 20-23).²⁹

- 2) Metode pembelajaran melalui praktik secara langsung, dengan cara menyaksikan langsung prosesi dan tatacara pelaksanaan ibadah untuk dilakukannya, sebagaimana Rasulullah SAW mengajarkan bagaimana cara sholat dan haji.
- 3) Memberikan contoh suri tauladan untuk mencerminkan perilaku pendidikan akhlak dan ibadah. Sebagaimana Allah SWT menjadikan Rasulullah SAW sebagai teladan, Allah berfirman dalam QS. Al-Ahzab: 21.³⁰

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ
يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah.”

²⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 521.

³⁰ Ibid. H, 420.

- 4) Mengubah kemungkaran dengan perbuatan yang baik. Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ
يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ
أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

“Siapa yang melihat kemungkaran maka rubahlah dengan tangannya, jika tidak mampu maka rubahlah dengan lisannya, jika tidak mampu maka (tolaklah) dengan hatinya dan hal tersebut adalah selemah-lemahnya iman.”
(HR. Muslim)³¹

- 5) Menceritakan kembali beragam mukjizat Nabi yang bersifat panca indra dan diluar kebiasaan lainnya.
- 6) metode pentas seni dengan menampilkan beberapa perkara dakwah, seperti yang sedang populer pada masa kini.

Metode hissi memiliki ruang lingkup dalam penerapannya, antara lain: *Pertama*, lingkup pengajaran praktik-praktik ibadah, seperti wudhu, sholat, dan haji. *Kedua*, lingkup dakwah ulama dan orang-orang yang kompeten dalam ilmu-ilmu praktik, didasarkan dengan dalil dan referensi ilmiah dari Al-Qur'an dan hadits serta dengan perhatian yang serius terhadap pentingnya penggunaan nash-nash *syara'* sesuai hakekat keilmuan yang pasti. *Ketiga*, lingkup dakwah orang-orang awam, yang tidak memahami ayat-ayat *kauniyah* (yang berkaitan

³¹ Muhyiddin Abi Zakaria bin Syaraf an-Nawawi. *Syarah Hadits Shahih Arba'in Nawawi*. H, 221.

dengan alam semesta) dan orang-orang yang mengingkari kenyataan-kenyataan rasional.

Adapun keistimewaan serta karakteristik yang dimiliki oleh metode ini diantaranya yaitu:

- 1) memiliki dampak atau pengaruh yang cepat, karena strategi yang bersandar pada unsur-unsur indrawi yang mudah diterima mitra dakwah.
 - 2) Memberikan pengaruh yang mendalam dihati mitra dakwah, karena dakwah yang diserukan adalah sesuatu yang nyata atau bisa diterima oleh indra mereka.
2. Buku sebagai Media Dakwah
- a. Pengertian Media Dakwah

Media merupakan bentuk jamak dari kata Latin "*median*", yang berarti mediator atau alat perantara. Artinya, tujuan dari media adalah alat yang digunakan ntuk menyebarluaskan pesan dari sumber kepada penerima, dalam beragam bentuk pengetahuan, informasi, maupun hal lainnya. *Wasilah* merupakan sebuah istilah media yang digunakan untuk dakwah. Media dakwah dapat mencakup berbagai bentuk seperti buku, majalah, brosur, situs web, audio dan video, radio, televisi, dan platform media sosial.

Adapun tujuan dari media dakwah adalah untuk menyampaikan pesan-pesan agama, mengedukasi masyarakat tentang prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam, memperbaiki pemahaman agama, serta mengajak orang-orang untuk mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.³² berikut

³² Irzum Farhah. "Media Dakwah Pop." *AT-TABSYIR, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. (online). vol. 1, No. 2. 2013. H, 28. Dari <https://journal.iainkudus.ac.id/>.

beberapa definisi media dakwah yang dapat dikemukakan, yaitu:

- 1) *Wasilah* (media) Penyebaran materi ajaran Islam (dakwah) kepada mad'u, khususnya menggunakan alat dakwah.³³
- 2) Media dakwah bersifat fisik dan non-fisik sehingga dapat membantu para pengkhotbah dalam menerapkan strategi dakwahnya.³⁴

Dengan kata lain, yang dimaksud dengan “media dakwah” atau (*wasilah*) ini adalah sebuah sarana untuk melakukan kegiatan dakwah dan menyebarkan isi dakwah dalam bentuk lisan, tulisan, visual, auditori, dan keteladanan.³⁵ Penggunaan media dakwah juga perlu memperhatikan prinsip-prinsip keagamaan, etika komunikasi, serta mempertimbangkan keberagaman masyarakat. Karena, penggunaan media dakwah yang bijak dan tepat dapat memberikan manfaat yang positif bagi individu dan masyarakat dalam memperkuat pemahaman agama dan nilai-nilai spiritual.

b. Jenis-Jenis Media Dakwah

Umumnya, setiap alat komunikasi halal yang digunakan dengan maksud dakwah dapat digunakan sebagai media dakwah. Menurut jenisnya, media

³³ M, Munir dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2006). H, 102.

³⁴ Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terj, Masturi Ilham dan Muhammad Malik Supar. (Jakarta: PUSTAKA AL-KAUTSAR, 2021). H, 47

³⁵ Tata Sukayat. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi'asyarah*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). H, 27.

dibagi menjadi tiga kategori dalam rumpun ilmu komunikasi, yaitu:³⁶

1) Media terucap (*the spoken words*)

Alat yang sekedar mengeluarkan suara atau berbicara berupa ucapan, seperti radio, tape recorder, musik, dan sebagainya.

2) Media tertulis (*the printed writing*)

Tulisan maupun cetakan dalam bentuk surat kabar, majalah, buku, pamflet, lukisan, dan sejenisnya yang hanya dapat dilihat.

3) Media dengar pandang (*the audiovisual*)

Kategori alat yang berisikan gambar hidup, dan bisa dilihat serta didengar sekaligus. Seperti contoh: televisi, video, film, dan lain-lain.

Adapun klasifikasi media dakwah berdasarkan sifatnya dibagi menjadi 2, diantaranya:³⁷ *Pertama*, media tradisional terbentuk pada seni pertunjukan tradisional pada umumnya yang disajikan di depan khalayak umum tanpa menggunakan teknologi. Wayang, ludruk, teater, dan lebih banyak contoh muncul di benak. *Kedua*, media modern yaitu kategori media yang bergantung dengan teknologi komunikasi, dan sering disebut media elektronik. Ada beberapa macam media elektronik seperti halnya televisi, radio, pers, film, maupun internet dan sejenisnya.

c. Dakwah melalui Buku

Buku umumnya memiliki halaman-halaman yang berurutan dan terbagi menjadi bab-bab atau

³⁶ Wahyu Ilaihi. *Komunikasi Dakwah*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013). H, 107.

³⁷ Moh Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi cetakan ke-6. (Jakarta: Kencana, 2017). H, 348.

bagian-bagian yang membantu pembaca untuk memahami isi buku secara sistematis. Selain itu, buku juga biasanya dilengkapi dengan judul, pengantar, daftar isi, dan daftar pustaka sebagai bagian dari struktur yang lebih lengkap.

Buku dapat diklasifikasikan sebagai sarana dakwah apabila kontennya memuat pesan-pesan Islami seperti amar mak'ruf nahi munkar. keunggulan buku sebagai media dakwah terlihat dari efektivitasnya dalam menyebarkan pengetahuan, informasi, opini, dan pemikiran secara lintas negara dan generasi.³⁸ Namun, buku sebagai media dakwah juga harus disusun dengan hati-hati dan berdasarkan pemahaman yang mendalam tentang agama yang ingin disampaikan. Isi buku harus akurat, tidak menyesatkan, dan mengikuti prinsip-prinsip etika dalam berdakwah.

Adapun karakteristik yang perlu diperhatikan dalam penggunaan buku sebagai media dakwah:

- 1) Berisi konten agama yang akurat dan berdasarkan pada sumber-sumber yang terpercaya, seperti Al-Qur'an dan hadist. Konten yang disampaikan harus sesuai dengan ajaran agama yang diikuti dan tidak menyimpang dari prinsip-prinsip keagamaan.
- 2) Mempertimbangkan konteks budaya, sosial, dan intelektual pembaca, serta merancang penggunaan bahasa agar mudah dipahami dan relevan dengan kehidupan sehari-hari pembaca.

³⁸ Ahmad Zaini. "Dakwah Melalui Media Cetak". *AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. (online). Volume 2, Nomer 2. 2014. H, 71. Dari <https://journal.iainkudus.ac.id/>.

- 3) Didasarkan pada penyajian argumentasi yang kuat dan rasional seperti dalil-dalil agama, logika, dan bukti-bukti empiris, agar dapat meyakinkan pembaca dan menjawab keraguan atau pertanyaan yang timbul.
- 4) Menggunakan gaya dan teknik penulisan yang menarik, seperti contoh kasus-kasus nyata, cerita, perumpamaan, atau ilustrasi yang relevan agar pembaca tertarik untuk membacanya, dan dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan.
- 5) Mencakup berbagai topik agama, termasuk aqidah (keyakinan), ibadah, etika, sejarah agama, kehidupan Rasulullah SAW, dan topik-topik lain yang relevan, agar dapat membantu pembaca memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang agama yang ingin disampaikan.

d. Keunikan Buku sebagai Media Dakwah

Buku sebagai media dakwah memiliki keunikan-keunikan yang menjadi peran penting dalam menyampaikan pesan-pesan agama dan nilai-nilai spiritual kepada masyarakat yang membedakan dengan media lainnya. Berikut diantaranya:³⁹

- 1) Kedalaman Materi, artinya pesan disampaikan lebih rinci, dengan cara menjelaskan konsep, argumen, dan dalil secara lengkap, sehingga audiens dapat memahami pesan secara komprehensif.
- 2) Rekam Jejak Pengetahuan dan Keterbukaan Waktu, artinya buku memiliki keunggulan dalam

³⁹ Moh, Ngindi Vadrullah. "Dakwah bil qalam K.H. Taufiqul Hakim dalam serial buku Syiful Ummah". *Skripsi*. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2017. Dari <http://eprints.walisongo.ac.id/id/>.

memuat informasi yang sudah terekam dalam bentuk tulisan. Buku juga dapat dibaca dan diakses oleh siapa saja tanpa dibatasi waktu. Pengetahuan yang terdapat dalam buku dapat diakses kapan saja, bahkan bertahun-tahun setelah buku tersebut diterbitkan dan berdampak jangka panjang tanpa terbatas oleh waktu tayang, bahkan seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi buku dapat diakses dalam bentuk digital atau e-book. Hal ini memungkinkan pesan dakwah dapat terjangkau lebih luas dan beragam oleh khalayak.

- 3) Kekuatan Visual, artinya buku dapat dilengkapi dengan ilustrasi, diagram, dan gambar yang mendukung pesan dakwah, dengan tujuan membantu lebih mudah memahami materi yang disampaikan.
- 4) Interaksi Pribadi, artinya buku memberikan kesempatan bagi pembaca untuk merenung, meresapi, dan memahami maksud dan tujuan dari pesan dakwahnya secara lebih dalam tanpa gangguan dari luar.
- 5) Referensi dan Penelitian, artinya keberadaan buku sebagai media dakwah yang terpercaya dapat memberikan dasar keilmuan yang kokoh dan dapat dipertanggungjawabkan.
- 6) Pengaruh Budaya, artinya buku memiliki potensi untuk mempengaruhi dan membentuk budaya. Karya sastra atau buku berbasis dakwah dapat membawa pesan-pesan moral, etika, dan spiritual yang berdampak positif pada masyarakat.
- 7) Pengulangan dan Pendalaman, artinya pesan dakwah dalam buku dapat didalami secara berulang-ulang.

3. Wacana Model Teun A Van Dijk

Akar sejarah etimologis dari tradisi wacana ada dalam kata kerja Sansekerta yakni wac/wak/vak, yang diterjemahkan sebagai "mengatakan" atau "berbicara." Kata "ana," di sisi lain, muncul setelah dan merupakan jenis akhiran (akhiran) yang menandakan untuk membedakan. Oleh karena itu, wacana dapat dianggap sebagai kata atau ucapan. Menurut kamus bahasa Jawa Jawa kuno, kata waca dan wacaka masing-masing berarti membaca dan pengucapan, sedangkan wacana menunjukkan kata-kata.⁴⁰

Analisis wacana adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk menganalisis teks secara mendalam dengan empat bidang utama diantaranya kekuasaan, metode, penciptaan makna, dan produksi makna. Analisis wacana bertujuan memperjelas interpretasi bagian-bagian teks, seperti pesan yang ingin disampaikan, mengapa perlu disampaikan, dan bagaimana cara menyampaikannya, dengan memeriksa apakah ada pola atau urutan yang diungkapkan dalam teks tersebut.⁴¹

Analisis wacana juga memandang penggunaan bahasa dalam menulis dan berbicara sebagai fenomena praktik sosial. Namun, dari sudut pandang linguistik, bahasa yang dipertimbangkan berhubungan dengan situasi selain digambarkan diatas. Bahasa yang dipilih untuk tujuan dan tindakan tertentu dikenal sebagai konteks. Ada tiga faktor penting yang saling berhubungan dengan fokus penelitian terhadap kajian wacana di media cetak, diantaranya: teks, konteks, dan

⁴⁰ Mulyana. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005). H, 3.

⁴¹ Rohana dan Syamsudin. *Analisis Wacana*. (Makassar: CV. Samudra Alif-Mim, 2015). Hal, 10.

wacana. Maka dari itu, untuk menggambarkan antara teks dan konteks, maka analisis wacana diperlukan.⁴² Adapun beberapa tahapan yang umumnya dilakukan dalam analisis wacana, di antaranya:

- a. Identifikasi tujuan dan konteks untuk membantu dalam memahami makna yang terkandung dalam teks.
- b. Analisis teks secara linguistik untuk membantu dalam mengidentifikasi elemen-elemen linguistik yang memberikan pengaruh terhadap makna teks.
- c. Analisis sintaksis dan semantic yang berfokus untuk memahami bagaimana hubungan antara kata-kata dan kalimat-kalimat dalam teks membentuk makna yang lebih besar.
- d. Analisis retorika atau strategi persuasif yang digunakan dalam teks. Hal ini, melibatkan pemahaman tentang bagaimana penulis menggunakan alat retorika seperti logika, emosi, otoritas, atau etika untuk mempengaruhi audiens.
- e. Interpretasi dan evaluasi makna teks. Hal ini melibatkan pembuatan kesimpulan tentang tujuan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan, dan efektivitas teks dalam mencapai tujuan tersebut.

Beberapa model analisis wacana seperti Theo Van Leeuwen, Sara Milles, Norman Fairclough, dan Teun A. Van Dijk hanyalah sebagian kecil yang telah didefinisikan dan dikembangkan oleh para ahli. Terlepas dari kenyataan bahwa terdapat model-model analisis wacana alternatif, model Teun A. Van Dijk adalah salah satu analisis wacana dengan model pendekatan yang

⁴² Umi Halwati. "Analisis Teun A Van Dijk dalam Kajian Wacana Teks Dakwah di Media Massa". *Jurnal Komunika*. (online). Vol 5 No 1. 2011. H, 4. Dari, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/>.

populer dalam studi linguistik dan analisis teks. Teun A. van Dijk adalah seorang ahli linguistik dan ilmuwan sosial Belanda yang telah berkontribusi besar dalam bidang analisis wacana, sociolinguistik, dan studi komunikasi. Analisis wacana Teun van Dijk, berfokus pada analisis struktur, konteks, dan makna dalam teks atau wacana. Hal ini dilakukan agar makna yang ada dalam teks dapat dideskripsikan secara akurat dan realistis.

"Socio-Cognitiv Approach" (kognisi sosial) adalah istilah yang diberikan untuk metodologi Teun A. Van Dijk. Frasa ini diambil didasarkan pada metode akademik psikologi sosial untuk menggambarkan organisasi dan perumusan dalam sebuah teks. Selain mengkaji struktur sosial, dinamika kekuasaan, dan kelompok dominan dalam masyarakat, model analisis wacana Van Dijk juga melihat bagaimana kognisi, atau pemikiran dan kesadaran, dapat dikonstruksi untuk mempengaruhi teks yang sedang dipejari atau diamati. Selain itu, analisis model Teun A. Van Dijk tidaklah cukup jika mengandalkan berkonsentrasi pada analisa teks, karena teks hanyalah hasil akhir dari teknik produksi yang perlu diperhitungkan.⁴³ Adapun beberapa prinsip utama dalam analisis wacana Teun A. Van Dijk adalah sebagai berikut:⁴⁴

a. Pendekatan sosial: Van Dijk berpendapat bahwa analisis wacana harus memperhatikan konteks sosial di mana teks tersebut muncul. Hal ini mencakup

⁴³ Hera Wahdah Humaira. "Analisis Wacana Kritis (Awk) Model Teun A. Van Dijk Pada Pemberitaan Surat Kabar Republika". *Jurnal Literasi*. (Online). Vol. 2, No. 1. 2018. Hal 32. Dari <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/>.

⁴⁴ Aris Bandara. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. (Jakarta : KENCANA, 2012). H, 29.

mempertimbangkan faktor-faktor seperti kekuasaan, ideologi, dan konstruksi sosial yang dapat memengaruhi produksi dan pemahaman teks.

- b. Analisis struktur:** Van Dijk mengidentifikasi struktur makro dan mikro dalam teks. Struktur makro melibatkan organisasi teks secara keseluruhan, seperti topik, genre, dan tipe narasi yang digunakan. Struktur mikro melibatkan penggunaan tata bahasa, semantik, dan gaya bahasa dalam teks.
- c. Analisis ideologi:** Van Dijk menekankan pentingnya menganalisis ideologi yang ada dalam teks. Hal ini mencakup pemahaman tentang bagaimana teks-teks mencerminkan dan mereproduksi pandangan dunia, norma, nilai-nilai, dan hubungan kekuasaan yang ada dalam masyarakat.
- d. Analisis kekuasaan:** Van Dijk memperhatikan bagaimana teks-teks dapat digunakan untuk memperkuat atau mempertanyakan struktur kekuasaan yang ada. Hal ini melibatkan identifikasi penggunaan strategi retorika, framing, stereotip, dan diskriminasi dalam teks yang dapat mempengaruhi pembaca atau pendengar.
- e. Pendekatan kritis:** Pendekatan van Dijk dalam analisis wacana adalah pendekatan kritis yang berusaha mengungkapkan aspek-aspek yang tersembunyi atau terpinggirkan dalam teks. Hal ini melibatkan kajian yang mendalam terhadap konstruksi sosial, pengekangan, dan dominasi yang mungkin ada dalam teks tersebut.

Analisis wacana Teun A. van Dijk banyak digunakan dalam berbagai konteks, termasuk analisis media, analisis politik, dan analisis diskursus sosial. Pendekatan ini memberikan kerangka kerja yang kritis dan reflektif untuk memahami bagaimana teks-teks

komunikasi mempengaruhi konstruksi sosial dan kekuasaan dalam masyarakat. Berikut gambaran dari skema penelitian Teun A. Van Dijk.

Tabel 2.1
Skema Penelitian Teun A Van Dijk

Struktur dimensi	Metodhe
<u>Teks :</u> menelaah metode wacana/teks yang digunakan untuk mencirikan, mendeskripsikan, atau menunjukkan individu, kelompok, atau peristiwa tertentu.	Critikal Linguistik
<u>Kognisi Sosial :</u> menganalisa pemahaman penulis tentang orang atau peristiwa yang dia tulis dalam hal kognisi.	Wawancara mendalam
<u>Konteks Sosial :</u> mengkaji narasi sosial yang muncul, proses produksi, dan reproduksi terkait bagaimana peristiwa digambarkan.	Studi Pustaka, tracing historis, wawancara.

Pertama, Van Dijk menyatakan bahwa dalam proses menganalisa struktur teks dalam masing-masing sebuah tulisan diklasifikasikan menjadi tiga eemen yang saling mendukung dalam sebuah kerangka analisis wacana, yaitu:⁴⁵

a. Struktur Makro (Tematik)

Makna yang umum atau holistik yang terkandung dalam suatu teks dapat dilihat melalui topik atau tema yang dibahas. Struktur inilah yang disebut sebagai suatu ringkasan atau gagasan inti

⁴⁵ Maman Rachman. *5 Pendekatan Penelitian*. (Yogyakarta: Magnum Pustaka, 2015). H, 223.

dalam sebuah teks.⁴⁶ Kata-kata dengan tema atau topik sering disebut demikian (tematik). Pada bahasa Yunani kata "*tithenai*" memiliki makna orang yang (meletakkan atau menempatkan) kata inilah yang menjadi akar kata bahasa Inggris "*theme*". Maka, arti literal dari tema tersebut adalah "sesuatu yang telah dijelaskan" atau "sesuatu yang telah ditempatkan". Meskipun demikian, jika dilihat dari sudut pandang penulisan, topik (*theme*) merupakan gagasan utama yang ingin disampaikan oleh penulis dalam suatu bagian teks tertentu.⁴⁷

Teun A. Van Dijk memberikan definisi sendiri tentang theme atau topik pada sebagian struktur makro dalam sebuah wacana. Dari topik inilah, diketahui semua problem ataupun tindakan yang diambil oleh komunikator dapat mengatasi suatu masalah.

b. Superstruktur (Skematik)

Struktur dalam wacana seringkali memiliki hubungan dengan beberapa kerangka teks, yang terdiri dari bagaimana elemen-elemen wacana dapat tersusun secara utuh dalam teks. Umumnya, sebuah teks memiliki skema dan alur tersendiri, mulai pendahuluan hingga akhir. Alur inilah yang mempunyai peran penting elemen dalam sebuah teks hingga dapat disusun maupun diurutkan hingga membentuk kesatuan arti. Penulis menggunakan

⁴⁶ Alex Sobur. *Analisis Teks Media*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006). H, 75.

⁴⁷ Haiatul Umam. "Analisis Wacana Teun A Van Dijk terhadap Skenario Film "Perempuan Punya Cerita". *Skripsi*. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2009. H, 46. Dari <https://repository.uinjkt.ac.id/>.

skema untuk dikemas pesannya sambil mengidentifikasi bagian mana yang didahulukan dan diakhiri berdasarkan makna yang didistribusikan dalam wacana tersebut.⁴⁸

c. Struktur Mikro

Struktur mikro merujuk pada makna yang dapat diperhatikan melalui analisis elemen-elemen kecil dalam sebuah teks, seperti kata-kata, frasa, preposisi, klausa, perubahan paraphrase, ilustrasi, dan lain sebagainya.⁴⁹ Adapun hal yang diamati, antara lain:

1) Semantik

Van Dijk mengklasifikasikan semantik dalam sebuah kerangka sebagai makna lokal, yang mencakup hubungan antara kalimat atau proposisi dalam teks dan menghasilkan struktur makna yang spesifik. Faktor-faktor yang mempengaruhi semantik diantaranya sebagai berikut:

a) **Latar** memiliki kemampuan untuk memengaruhi makna yang ditampilkan. Konteks yang diberikan oleh latar seringkali digunakan untuk memudahkan pemahaman terhadap suatu peristiwa ketika disajikan kepada para pembaca. Dalam konteks ini, latar teks menjadi elemen penting dalam mengungkapkan maksud yang ingin disampaikan oleh dai.⁵⁰

⁴⁸ Alex Sobur. *Analisis Teks Media*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006). H, 78.

⁴⁹ Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2008). H, 227.

⁵⁰ Ibid. H, 237.

- b) **Detil** merupakan elemen penting dalam sebuah wacana karena bersinggungan langsung dengan kontrol informasi seseorang. Detil yang lengkap dan panjang merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh seseorang dengan cara menciptakan citra khusus kepada khalayak secara menonjol. Elemen detil ini merupakan salah satu taktik dan strategi penulis dalam memberikan ekspresi sikap secara implisit.
- c) **Maksud** adalah elemen yang bertujuan untuk mengetahui teks yang disampaikan bersifat eksplisit atau tidak. Pada umumnya, informasi ini menguntungkan pembuat teks serta komunikator yang dapat menguraikan informasi ini secara eksplisit dan jelas. Melalui kata-katanya yang terkesan tegas serta menunjukkan fakta, jika informasi yang dirasa merugikan maka maksud akan diuraikan secara implisit dan tersembunyi melalui kata-kata yang samar serta terkesan berbelit-belit.
- d) **Peranggapan** (*presupposition*) adalah Elemen wacana selanjutnya yakni peranggapan yang merupakan sebuah pernyataan yang digunakan dalam mendukung makna suatu teks. Artinya, elemen ini digunakan untuk mengupayakan premis yang terpercay.

2) Sintaksis

Studi sintaksis melibatkan pemeriksaan pola-pola yang dapat diterapkan dalam penggabungan kata-kata sebagai elemen penting dalam bahasa. Sintaksis juga mencakup aspek-

aspek tata bahasa yang terkait dengan struktur kalimat.⁵¹ Adapun strategi wacana dalam elemen sintaksis, diantaranya:

a) Koherensi

Koherensi merupakan proses menyusun ide dan fakta dengan rapi serta membentuk untaian logika sehingga makna yang dibawanya mudah dipahami khalayak. Dalam proses menganalisa sebuah wacana, koherensi merupakan sebuah jalinan dalam ketertarikan antara kata, preposisi, maupun kalimat yang berupa fakta. Artinya, kalimat atau preposisi yang berupa fakta tidak berkaitan dan dapat digabungkan menjadi satu kesatuan makna yang utuh.⁵²

Koherensi digunakan untuk menghubungkan fakta atau preposisi antar kalimat dalam percakapan dengan konjungsi seperti (dan sebagai akibat, tetapi, karena, meskipun) dengan cara yang mudah diperhatikan.⁵³ Selain itu, koherensi juga dapat dilihat melalui kausalitas dan disebut sebagai penjelasan.

b) Kata Ganti

Elemen ini dimanfaatkan untuk mengolah bahasa dengan tujuan menciptakan komunikasi yang penuh dengan imajinasi.

⁵¹ Alex Sobur. *Analisis Teks Media*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006). H, 80.

⁵² Junaiyah H,M dan E, Zaenal Arifin. *Keutuhan Wacana*. (Jakarta: Grasindo, 2010). H, 43

⁵³ Abdul Rani. *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. (Malang: Bayumedia, 2004). H, 89.

Penggunaan kata ganti oleh komunikator bertujuan untuk memfasilitasi pengalaman yang lebih mudah bagi individu yang terlibat didalamnya.⁵⁴

c) Bentuk Kalimat

Aspek sintaksis berkaitan dengan penalaran logis adalah prinsip kausalitas. Maksudnya adalah apakah sebuah ungkapan dijelaskan dan diekspresikan secara eksplisit atau implisit dalam teks.⁵⁵ Bentuk kalimat yang digunakan komunikator dalam sebuah wacana, yaitu: induktif, deduktif, langsung, tidak langsung, pasif, aktif, dan lainnya.

3) Stilistik

Fokus rumpun stilistika adalah gaya, yaitu bagaimana seorang penceramah maupun penulis mengungkapkan maksudnya hanya dengan menggunakan bahasa sebagai media utama. Oleh karena itu, gaya bahasa dapat diartikan sebagai gaya bahasa yang meliputi pilihan kata atau kata, struktur kalimat, pola bahasa, dan citraan. Pada dasarnya pemilihan elemen leksikon memberikan tanda bahwa bagaimana seseorang dapat melakukan pemilihan dalam sebuah kata maupu frasa dari berbagai kata ataupun frasa yang tersedia.⁵⁶

⁵⁴ Fuat Anggrianto. *Analisis Wacana Kritis (Kajian Eufemisme dan Disfemisme dalam Wacana)*. (Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI, 2022). H, 28.

⁵⁵ Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. (Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2008). H, 251

⁵⁶ Fuat Anggrianto. *Analisis Wacana Kritis (Kajian Eufemisme dan Disfemisme dalam Wacana)*. (Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI, 2022). H, 29.

4) Retoris

Strategi selanjutnya yakni retorisi, yang merupakan gaya yang diungkapkan oleh seseorang ketika ia berbicara maupun menulis, Ketika dia berbicara atau menulis, sepertinya dia menggunakan gaya pengulangan atau repetisi, aliterasi, atau frase yang berima baik ketika diucapkan atau ditulis, maupun gaya ironi atau ejekan. Seorang retorisi dapat berfungsi secara persuasif, serta berhubungan erat tentang bagaimana pesan dapat tersampaikan kepada khalayak. Van Dijk sendiri membagi elemen retorisi kedalam 3 bagian, diantaranya:⁵⁷

- a) **Grafis** merupakan elemen yang digunakan untuk memeriksa bagian mana saja yang perlu penekanan dan perlu ditonjolkan, grafis merupakan aspek penting dari seseorang yang didasarkan pada pengamatan sebuah teks, penggunaan caption, raster, grafik, foto, dan tabel bersamaan dengan bold, italic, underline, dan huruf yang dibuat dengan ukuran yang lebih besar semuanya berfungsi untuk mendukung makna pesan.
- b) **Metafora** digunakan oleh beberapa peneliti secara strategis sebagai dasar pemikiran dan justifikasi yang mereka sampaikan kepada publik. Dengan menggunakan elemen ini, pesan inti yang disampaikan tidak hanya terbatas pada kata-kata, tetapi juga melibatkan ungkapan kiasan metaforis yang berfungsi sebagai hiasan dan tambahan yang elegan dalam sebuah pesan

⁵⁷ Ibid. H, 30

- c) **Ekspresi** Ditujukan untuk memperkuat argumen dengan memberikan penekanan atau meninggalkan bagian-bagian tertentu pada teks yang disajikan.

Berikut merupakan gambaran mengenai struktur dan elemen wacana yang dikemukakan oleh Van Dijk:

Tabel 2.2
Struktur dan Elemen Dimensi Teks Wacana

Struktur Wacana	Hal yang diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik (Apa yang di bahas atau bicarakan).	Topik
SuperStruktur	Skematik (Bagaimana Pendapat di susun di rangkai).	Skema
Struktur Mikro	Semantik (Makna yang ingin di tekankan).	Latar, detail, maksud, peranggapan.
	Sintaktis (Bagaimana bentuk dan susunan kalimat yang dipilih).	koherensi, kata ganti, Bentuk kalimat.
	Stilistik (Bagaimana pilihan kata yang dipakai).	Leksikon
	Retoris (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan?).	Grafis, metafora, ekspresi.

Kedua, dimensi kognisi sosial merupakan struktur wacana Van Dijk yang digunakan untuk menandai maupun memberikan petunjuk dari beberapa makna, pendapat, dan ideologi.⁵⁸ Van Dijk mendefinisikan kognisi sosial sebagai jenis representasi sosial yang digunakan seseorang untuk mendapatkan persetujuan orang lain atau untuk menyatukan kelompok sosial berdasarkan informasi, sikap, nilai, konvensi, atau teknologi.⁵⁹ Artinya, kognisi sosial diartikan sebagai cara seseorang dalam membuat suatu teks wacana berdasarkan kesadaran psikologinya.

Adapun beberapa strategi yang bisa dilakukan dan sangat mempengaruhi penulis dalam memproduksi hasil tulisannya:

- a. Seleksi, bagaimana penulis menyeleksi suatu sumber, peristiwa maupun informasi yang didapat dan kemudian dituangkan kedalam teksnya.
- b. Reproduksi, ini berhubungan dengan bagaimana penulis memproses tulisan yang dibuatnya. Apakah tulisan tersebut di-copy, digandakan atau tidak dipakai sama sekali.
- c. Penyimpulan, yakni bagaimana penulis penyimpulan dan meringkas informasi yang didapat.
- d. Transformasi lokal, yakni berhubungan dengan detail dan latar yang ditampilkan, dan berfungsi untuk menegaskan serta meneguhkan pandangan yang dibuat oleh kognisi penulis.

⁵⁸ Roya Qiisy Qurotal A'yuni. "Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel Bintang Emon di Instagram". *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi, fakultas dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2021. Hal, 33. Dari <http://digilib.uinsby.ac.id/>.

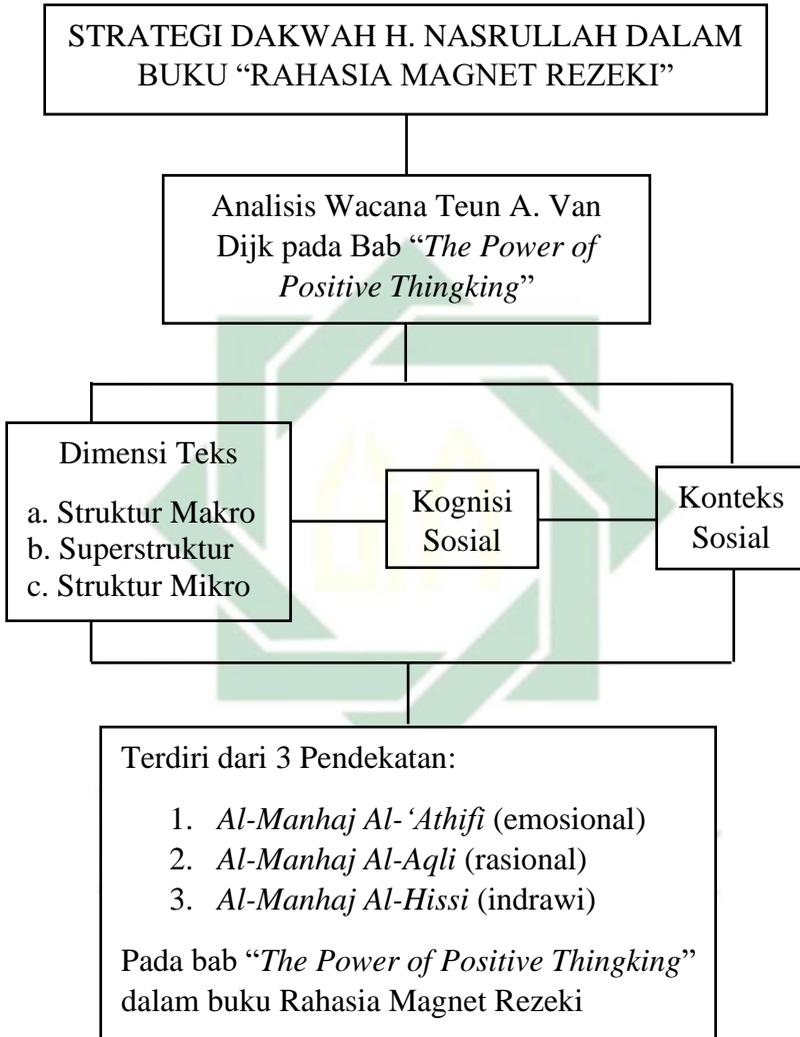
⁵⁹ Haryatmoko. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*. Cet 3. (Depok: Rajawali Pers, 2019). H, 103.

Ketiga, dimensi konteks sosial sering digunakan untuk menunjukkan bagaimana wacana dan legitimasi dapat membangun sebuah makna dalam suatu wacana, ketika kekuatan sosial digunakan. Van Dijk mengartikan konteks sosial sebagai sebuah usaha menganalisis bagaimana suatu wacana dibangun dan berkembang di masyarakat, proses produksi, reproduksi dan bagaimana peristiwa digambarkan. Poin penting dari analisis ini adalah untuk mencari makna yang dihayati khalayak secara keseluruhan.⁶⁰ Adapun beberapa gagasan kunci yang perlu diperhatikan dari konteks sosial dalam analisis wacana Van Dijk, diantaranya yaitu:

- a. **Latar Belakang Budaya**, artinya konteks sosial mencakup aspek-aspek budaya yang membentuk norma-norma, nilai-nilai, dan praktik komunikasi dalam masyarakat tertentu dengan mempengaruhi pemilihan kata, ekspresi, dan konvensi komunikasi dalam teks.
- b. **Ideologi** merujuk pada sistem keyakinan, pandangan dunia, dan nilai-nilai yang didukung oleh masyarakat atau kelompok tertentu.
- c. **Struktur Kekuasaan**, artinya konteks sosial dalam hal ini melibatkan pemahaman tentang siapa yang memiliki kekuasaan dan pengaruh dalam masyarakat, serta bagaimana kekuasaan tersebut didistribusikan dan digunakan.
- d. **Akses**, artinya aksesibilitas yang besar dipengaruhi oleh kekuasaan, semakin besar kekuasaan maka semakin besar aksesnya, hal ini mampu memberikan peluang besar untuk mengontrol persepsi public melalui media.

⁶⁰ Eriyanto. *Analisis Wacana*. (Yogyakarta: LKIS, 2006). Hal, 271.

Skema Kerangka Berfikir



B. PENELITIAN TERDAHULU

Peneliti berusaha mengkaji hasil penelitian terdahulu yang berasal dari peneliti lain yang cukup relevan untuk dijadikan referensi dalam tema penelitian ini, referensi ini bertujuan untuk menghindari adanya subjektivitas terhadap hasil penelitian. Berikut diantaranya:

1. Tesis Karya Sutaman Aji, mahasiswa pascasarjana di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, tahun 2018 yang berjudul “Analisis Wacana Dakwah KH. Agoes Ali Mashuri dalam Buku Suara dari Langit”. kesimpulan pada penelitian ini dapat diketahui bahwa KH. Agoes Ali Masyhuri (Gus Ali) mengungkapkan adanya wacana dalam kritiknya terhadap novel "Suara Dari Langit". Fakta bahwa buku berfungsi sebagai sumber data untuk kedua studi ini menjelaskan kesamaan mereka. Sementara analisis data membuat perbedaan. Model analisis wacana Norman Fairclough digunakan dalam karya ini.
2. Skripsi Karya Isrodin, mahasiswa fakultas Syari'ah Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen, tahun 2019 yang berjudul “Pesan-Pesan Dakwah pada Buku Rahasia Magnet Rezeki Karya Nasrullah”. Dalam penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat berbagai macam pesan dakwah, seperti pesan tentang keyakinan atau iman kepada Allah, berharap kepada-Nya, niat, dan balasan atas amal perbuatan, juga pesan mengenai doa dan harapan. Pesan dakwah syariah mencakup praktik shalat dhuha, shalat tahajjud, membaca Al-Qur'an, memberi sedekah, dan berpuasa. Sementara itu, pesan dakwah akhlak mencakup sikap sabar dalam menghadapi musibah yang diberikan oleh Allah, upaya untuk membuat orang lain bahagia dan terhormat, serta selalu berpikir positif terhadap segala hal. Selanjutnya, pesan

dakwah muamalah melibatkan aspek jual beli dan berbisnis. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada sumber datanya, yaitu buku rahasia magnet rezeki karya H. Nasrullah. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan analisis isi untuk menganalisis pesan dakwah.

3. Skripsi Karya Tantri Junia Hasnah, Mahasiswi fakultas dakwah dan komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tahun 2019 yang berjudul “Analisis Kritis Isi Pesan Dakwah Bil Qalam Ippho Santosa dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pesan dakwah yang menonjol yaitu pesan akidah. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada sumber dan analisis data, yaitu menganalisis buku tentang rezeki dengan analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Sedangkan perbedaannya terletak pada unit analisisnya yakni pesan dakwah.
4. Artikel Jurnal Karya Supardi dan Saeful Malik, mahasiswa Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon, tahun 2020 yang berjudul “Strategi Dakwah Badiuzzaman Said Nursi dalam Novel Api Tauhid Karya Habiburrahman El Shirazy”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa adanya strategi dakwah yang diklarifikasikan menjadi tiga macam, yaitu: Strategi Sentimentil, Strategi Rasional, dan Strategi Indrawi. Selain itu juga terdapat tanda yang menunjukkan faktor pendukung dan faktor penghambat dari dakwah Badiuzzaman Said Nursi tergambar dalam kalimat, narasi maupun dialog dalam novel Api Tauhid. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada konteks dan sumber data, yakni menganalisis strategi dakwah dalam buku. Sedangkan

- perbedaannya adalah analisis data yang digunakan, yaitu analisis semiotik Charles Sander Pierce.
5. Skripsi Karya Rafinita Aditia, mahasiswa fakultas ushuluddin, adab, dan dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, tahun 2020 yang berjudul “Pribadi Hebat dalam Pandangan Hamka (Analisis Wacana Dakwah Bil Qolam dalam Buku Pribadi Hebat)”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat karakter pribadi hebat yang diwacanakan oleh Hamka melalui teks dan konteks sosial. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada analisis dan sumber datanya, yakni analisis wacana model Teun Van Dijk dalam buku. Sedangkan perbedaannya terletak pada konteksnya.
 6. Skripsi Karya Mukhamad Cecep Bustomi, mahasiswa fakultas Ushuludin, Adab, dan Dakwah, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, tahun 2021 yang berjudul “Strategi Dakwah Inklusif Kh. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) dan Hambatannya dalam Perkembangan Islam Moderat di Indonesia (Studi Analisis Terhadap Buku “Islamku Islam Anda Dan Islam Kita”)”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat strategi dakwah Gus Dur dalam perkembangan Islam Moderat di Indonesia. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada sumber data dan konteksnya, yaitu menganalisis strategi dakwah terhadap sebuah buku. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis datanya.
 7. Skripsi Karya Nuril Huda, mahasiswa fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021 yang berjudul “Pesan Dakwah A.R. Shohibul Ulum dalam Buku 7 Rumus Bahagia Dunia Akhirat (Analisis Wacana Teun Van Dijk)”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pesan dakwah

berupa aqidah, akhlak dan syariah dengan maksud untuk memberikan nasehat dan Mau'izah Hasanah pada masyarakat serta motivasi yang dikutip dari Al Qur'an dan Hadis. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada analisis data yakni analisis wacana model Teun Van Dijk dan sumber datanya adalah buku. Sedangkan perbedaannya terletak pada unit analisisnya, yaitu penggambaran koteks dan pemaknaan pesan dakwah dalam buku "7 Rumus Bahagia Dunia Akhirat Karya A.R Shohibul Ulum".

8. Skripsi karya Ayu Handayani, mahasiswi fakultas ushuluddin adab dan dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, tahun 2021 yang berjudul "Pesan Dakwah dalam Buku Ketika Tuhan Tak Lagi dibutuhkan Karya Ahmad Rifa'i Rif'an (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)". Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pesan dakwah dalam buku Ketika Tuhan Tak Lagi Dibutuhkan, yaitu Pesan dakwah akidah meliputi beriman kepada Allah SWT, beriman kepada Kitab Allah (Al-qur'an), beriman kepada hari akhir (kiamat) dan ikhtiar. kemudian, Pesan dakwah syari'ah meliputi rukun Islam (syahadat, shalat, zakat, puasa dan haji), membaca Al-qur'an, berdo'a, bersedekah dengan khlas, dan saling menasehati. dan Pesan dakwah akhlak meliputi rendah hati, sabar, berbakti dan memuliakan orang tua dan selalu bersyukur. Persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada analisis data yakni analisis wacana model Teun Van Dijk dan sumber datanya adalah buku. Sedangkan perbedaannya terletak pada unit analisisnya, yakni konteks pesan dakwah.
9. Artikel Jurnal Karya Habiburrohman Mo'ien dan Bahrur Rosi, mahasiswa pasca sarjana Fakultas Dakwah, IAI Miftahul Ulum Pamekasan, 2022 yang berjudul "Strategi

Dakwah Analisis Buku “Robohnya Dakwah di Tangan Dai” Karya Fathi Yakan”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat strategi dakwah berupa politik dan kemiliteran dalam buku yang diteliti. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada konteks dan sumber datanya, yaitu strategi dakwah dalam buku. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian. Penelitian tersebut menggunakan library research sebagai metode penelitiannya.

10. Skripsi Karya Muhammad Ezhar Fatih Maghrobi, mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, tahun 2022 yang berjudul “Persepsi Ustadz Felix Siauw terhadap Strategi Dakwah Muhammad Al-Fatih (Kajian dalam Buku Muhammad Al-Fatih 1453)”. Kesimpulan dalam penelitian tersebut dapat diketahui bahwa terdapat sembilan strategi dakwah yang dilakukan oleh Muhammad Al-Fatih yakni, strategi dakwah ta’lim, strategi dakwah tilawah, strategi dakwah tazkiyah, strategi dakwah perubahan masyarakat, strategi dakwah indrawi, strategi dakwah tazkiyah dai, strategi dakwah tauhid, strategi dakwah pasukan/organisasi, strategi dakwah berteman dengan orang sholeh. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada konteks yang membahas tentang strategi dakwah, dan buku sebagai sumber datanya. Sedangkan perbedaannya terletak pada teknik analisis data. Penelitian tersebut menggunakan teknik analisis konten dan teori strategi dakwah untuk mengklasifikasikan kalimat yang mengandung persepsi Ustadz Felix Siauw dalam buku Muhammad Al-Fatih 1453.

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	<p>Sutaman Aji (2018) “Analisis Wacana Dakwah KH. Agoes Ali Mashuri dalam Buku Suara dari Langit”</p>	<p>Menggunakan buku sebagai sumber data</p>	<p>Model analisis datanya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menggunakan analisis wacana model Norman Fairclough • Penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk.
2	<p>Isrodin (2019) “Pesan-Pesan Dakwah pada Buku Rahasia Magnet Rezeki Karya Nasrullah”</p>	<p>Menggunakan buku rahasia magnet rezeki karya H. Nasrullah. Sebagai sumber datanya</p>	<p>Metode penelitian :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menggunakan pendekatan analisis isi pesan dakwah • Penelitian ini menggunakan analisis wacana pada strategi dakwah.
3	<p>Tantri Junia Hasnah (2019) “Analisis Kritis</p>	<p>Menggunakan sumber dan analisis data,</p>	<p>Unit analisisnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut

	Isi Pesan Dakwah Bil Qalam Ippho Santosa dalam Buku 7 Keajaiban Rezeki”	yaitu menganalisis buku tentang rezeki dengan analisis wacana model Teun A. Van Dijk.	fokusnya pesan dakwah <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini fokusnya strategi dakwah
4	Supardi dan Saeful Malik (2020) “Strategi Dakwah Badiuzzaman Said Nursi dalam Novel Api Tauhid Karya Habiburrahman El Shirazy”	Menggunakan konteks dan sumber data, yakni menganalisis strategi dakwah dalam buku.	Analisis Data: <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menggunakan analisis semiotik Charles Sander Pierce • Penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk.
5	Rafinita Aditia (2020) “Pribadi Hebat dalam Pandangan Hamka (Analisis Wacana Dakwah Bil Qolam dalam Buku Pribadi Hebat)”	analisis dan sumber data, yakni analisis wacana model Teun Van Dijk dalam buku.	Konteks analisis <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menganalisis metode dakwah • Penelitian ini menganalisis strategi dakwah.
6	Mukhamad Cecep Bustomi (2021) “Strategi Dakwah Inklusif	Menggunakan sumber data dan konteks, yaitu	Teknik analisis datanya: <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut

	<p>Kh. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) dan Hambatannya dalam Perkembangan Islam Moderat di Indonesia (Studi Analisis Terhadap Buku “Islamku Islam Anda Dan Islam Kita”)</p>	<p>menganalisis strategi dakwah pada sebuah buku.</p>	<p>menggunakan analisis isi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini menggunakan analisis wacana
7	<p>Nuril Huda, (2021) “Pesan Dakwah A.R. Shohibul Ulum dalam Buku 7 Rumus Bahagia Dunia Akhirat (Analisis Wacana Teun Van Dijk)”</p>	<p>analisis datanya yakni analisis wacana model Teun Van Dijk dan buku sebagai sumber datanya</p>	<p>Unit analisisnya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menggambarkan koteks dan pemaknaan pesan dakwah • Penelitian ini menggambarkan strategi dakwah yang digunakan penulis
8	<p>Ayu Handayani (2021) “Pesan Dakwah dalam Buku Ketika Tuhan Tak Lagi dibutuhkan Karya Ahmad Rifa’i Rif’an</p>	<p>Menggunakan analisis data yakni analisis wacana model Teun Van Dijk dan sumber</p>	<p>Unit analisisnya:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut membahas pesan dakwah • Penelitian ini membahas strategi dakwah

	(Analisis Wacana Teun A. Van Dijk)”	datanya adalah buku	
9	Habiburrohman Mo’ien dan Bahrur Rosi (2022) “Strategi Dakwah Analisis Buku “Robohnya Dakwah di Tangan Dai” Karya Fathi Yakan”	Menggunakan konteks dan sumber data, yaitu strategi dakwah dalam buku.	Metode penelitiannya : <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menggunakan library research • Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif
10	Muhammad Ezhar Fatih Maghrobi (2022) “Persepsi Ustadz Felix Siauw terhadap Strategi Dakwah Muhammad Al-Fatih (Kajian dalam Buku Muhammad Al-Fatih 1453)”	Menggunakan konteks pembahasan strategi dakwah, dan buku sebagai sumber datanya	Teknik analisis datanya: <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian tersebut menggunakan analisis content • Penelitian ini menggunakan analisis wacana

BAB III METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metodologi berbasis analisis teks media. Kajian ini menyajikan informasi yang telah diteliti secara luas dalam bentuk tulisan atau lisan dengan maksud untuk mengevaluasi, mengkritisi, dan mengolah informasi dari sebuah teks. Sifat deskriptif merupakan bagian dari penelitian yang melibatkan analisis teks media.

Peneliti menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk untuk jenis penelitiannya, sehingga teori analisisnya dapat mengelaborasi unsur-unsur wacana dalam sebuah teks secara efektif dan lebih realistis, memungkinkan penelitian ini juga mengkomunikasikan temuan penelitian secara sistematis, faktual, dan cara yang akurat.

B. UNIT ANALISIS

Kajian ini didasarkan pada Buku Rahasia Magnet Rejeki H. Nasrullah yang dirilis oleh PT Elex Media Komputindo pada tahun 2016. Terdapat 4 bab dalam buku Rahasia Magnet Rezeki setebal 232 halaman ini. Tujuan utama penelitian ini adalah menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk pada bab 2 “*The Power of Positive Thinking*” untuk mengidentifikasi metode dakwah H. Nasrullah.

C. JENIS DAN SUMBER DATA

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data Primer

Data primer berasal dari sumber awal atau sumber pokok secara langsung. Sumber informasi utama penelitian ini adalah buku Rahasia Magnet Rezeki karya H. Nasrullah. Sumber informasi yang diperoleh dari

observasi pada bagian-bagian teks dalam bab "*the power of positive thinking*".

b. Data Sekunder

Data kedua dapat ditemukan pada literatur yang relevan dengan topik penelitian, seperti artikel, jurnal, buku, dan resensi buku, studi, serta seminar, untuk dapat digunakan sebagai kumpulan data sekunder.

D. TAHAP-TAHAP PENELITIAN

Adapun tahap-tahap yang dilakukan peneliti dalam penelitian dari awal hingga akhir, guna menyempurnakan hasil laporan penelitian ini, berikut diantaranya:

a. Mencari dan Menentukan Tema

Penentuan tema diawali dengan peneliti melakukan observasi pada data-data hingga menemukan tema yang menarik untuk diteliti, yaitu Rezeki. Hal ini dapat menarik perhatian karena pada realitanya, masih banyak orang yang kurang bersyukur atas apa rezeki yang dia dapatkan.

b. Mengidentifikasi Masalah

Tahap kedua, peneliti mengidentifikasi rumusan masalah, sesuai dengan fenomena yang telah didapat pasca mencari dan menentukan tema. Fokus penelitian ini adalah masalah yang ditemukan peneliti untuk dirumuskan dan diangkat untuk diidentifikasi lebih lanjut. Masalah yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah H. Nasrullah yang dijabarkan dalam bukunya "Rahasia Magnet Rezeki" yang didasarkan pada Model Analisis Wacana Teun A. Van Dijk pada Bab "*The Power of Positive Thinking*".

c. Menyusun Kerangka Penelitian

Pada tahap ketiga, peneliti Menyusun kerangka penelitian dengan tujuan agar dapat lebih fokus terhadap data-data yang berhubungan dengan permasalahan penelitian.

d. Menentukan Metode Penelitian

Pada tahap ini, peneliti melakukan tindakan sistematis dengan pengumpulan, manajemen, analisis, interpretasi, dan pemecahan masalah data saat ini memerlukan sejumlah tindakan dan prosedur yang disengaja dan metodis. Jadi, metodologi penelitian harus sesuai dengan temuan penelitian. Karena data penelitian melibatkan teks media, maka peneliti menggunakan model teknik analisis wacana Teun A. Van Dijk.

e. Mengumpulkan dan Menganalisis Data

Pada tahap kelima peneliti mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan judul penelitian. Beberapa informasi dan data dari studi literatur dapat ditemukan dalam buku, jurnal, makalah, dan penelitian sebelumnya yang relevan.

Pada tahap selanjutnya data akan disajikan dalam bentuk table tulisan, lalu dianalisis oleh peneliti berdasarkan teori strategi dakwah

f. Penarikan Kesimpulan

Untuk mengatasi setiap masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini, peneliti sampai pada kesimpulan. Temuan yang diperoleh dalam bentuk deskriptif dan memenuhi standar hasil belajar.

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan 2 teknik dalam mengumpulkan data, diantaranya:

a. Observasi

Observasi yang digunakan dengan cara mengamati beberapa teks pembahasan dari bab “*The Power of Positive Thinking*” dalam buku Rahasia Magnet Rezeki untuk kemudian dapat dianalisis menggunakan teori wacana model Teun A. Van Dijk.

b. Dokumentasi

Pada konteks ini, peneliti juga memanfaatkan metode dokumentasi untuk menghimpun berbagai data yang terkait dengan penelitian. Data inilah yang diperoleh dari studi literatur melalui buku, jurnal, artikel, dan sebagainya. Hasil dari pengumpulan data dokumentasi ini juga bisa berupa data tulisan yang telah di tentukan, kemudian akan ditafsirkan lalu ditarik kesimpulan.

F. TEKNIK ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan teknis analisis data yaitu kualitatif deskriptif dengan menggunakan model analisis Teun A. Van Dijk. Model analisisnya dapat digambarkan sebagai berikut:



Pertama, fokus penelitian dimensi teks adalah mengenai cara bagaimana sebuah struktur dalam teks wacana yang digunakan dalam menegaskan struktur kalimat pada bab tertentu. Kedua, fokus penelitian pada kognisi sosial, yaitu proses produksi teks oleh penulis individu yang melibatkan pemahaman dan pengetahuan mereka. Ketiga, dimensi Konteks sosial, berfokus untuk mempelajari cara wacana berkembang dalam masyarakat terkait dengan suatu isu tertentu.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

1. Biografi H. Nasrullah



Gambar 4.1
Foto H. Nasrullah

H. Nasrullah lahir pada tanggal 3 April 1978 di Jakarta. Pria yang menempuh jalur pendidikan umum mulai dari SD, SMP, SMA hingga S-1 jurusan kimia, fakultas Matematika IPA (FMIPA) Universitas Indonesia, pada dasarnya telah memiliki pendidikan agama yang kuat sejak masih kecil.

H. Nasrullah belajar tilawah Al-Qur'an kepada sang ibu, Hj. Siti Rahmah yang merupakan seorang sarjana lulusan IAIN Pare-Pare. Sementara ajaran yang didapat dari sang ayah yang berprofesi sebagai saudagar bugis adalah menjadi seorang wiraswasta muslim.

Polemik kehidupan yang dihadapi H. Nasrullah dari tahun ketahun tidak membuatnya menyerah,

melaikan ia terus berusaha untuk memperbaiki kesalahan kesalahan yang telah terjadi dengan terus menimba ilmu. dan mengikuti ajaran guru-guru ternama di Indonesia, seperti ustadz Arifin Ilham, ustadz Samsul Arifin, ustadz Felix siauw, ustadz Yusuf Mansur, dan lain sebagainya. Selain itu, H. Nasrullah juga berinteraksi dan sharing dengan salah seorang penulis terkenal yaitu, Ippho Santosa. Akhirnya di tahun 2016, H. Nasrullah melahirkan sebuah karya tulis berupa buku yang berjudul *Rahasia Magnet Rezeki*, dengan berlandaskan dari sebuah kisah kehidupannya yang getir namun menginspirasi.

2. Sekilas Pembahasan pada Bab *The Power of Positive Thinking* dalam Buku *Rahasia Magnet Rezeki*.

Buku yang berjudul “Rahasia Magnet Rezeki” karya H. Nasrullah adalah kategori buku Islam populer yang kaya akan nilai-nilai kehidupan dan ditulis pada tahun 2016. Buku ini merupakan hasil dari *training* magnet rezeki yang telah dijalaninya dan didesain menggunakan penerapan sains-kimia yang dapat dipadukan dengan spiritual.

Isi buku ini mencakup pengetahuan tentang rezeki, namun pendekatan yang digunakan oleh penulis sangat unik, karena penulis mengajak pembaca untuk melihat rezeki dari perspektif yang tidak biasa. Sudut pandang Nasrullah untuk mengajak para pembaca memandang bahwa semua di dunia ini adalah “energi” sehingga kita tak sadar bahwa manusia merupakan energi utama, kata kata yang disusunpun adalah energi, dan rezeki juga adalah energi. Penulis ingin pembaca memahami bahwa energi baik menarik energi positif lainnya. Jika ada energi negatif di sana, energi positif dari luar tidak akan mencoba masuk. Namun, ketika energi

baik berkumpul dalam diri sendiri, maka rezeki itu datang. Hal ini menunjukkan bahwa penulis berusaha menjelaskan kepada para pembaca cara untuk mendapatkan rezeki dengan jalan yang diridhoi oleh Allah, melalui akhlak yang luar biasa, serta menciptakan energi positif dalam diri.

Kunci rahasia magnet rezeki yang ingin disampaikan oleh penulis dibagi ke dalam tiga bab, salah satunya adalah bab yang membahas "The Power of Positive Thinking". H. Nasrullah menekankan pentingnya fokus dan menguasai kekuatan pikiran, karena nasib kita adalah hasil dari pemikiran kita, dan setiap pikiran adalah doa yang akan dijawab oleh Allah, baik itu positif maupun negatif.

B. PENYAJIAN DATA

Pada bab *The Power of Positive Thinking* dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* karya H. Nasrullah, terdapat beberapa sub-bab penjelasan tentang cara mendapatkan rezeki dengan cara yang ajaib, diantaranya:

1. Setiap Pikiran adalah Do'a

Pada topik ini berfikir positif itu menjadi kunci datangnya rezeki. Pada paragraf 7 halaman 45, penulis mengatakan bahwa setiap pikiran adalah do'a, Hal ini sesuai dengan sabdah Nabi SAW, yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi:⁶¹

أَنَا عِنْدَ ظَنِّ عَبْدِي بِي

(*Ana 'inda dhonni 'abdi bi...*) "Aku (Allah) senantiasa bersama dengan prasangka hambaKu kepadaKu".
(Hadist Qudsi)

⁶¹ Syaikh Fathi Ghanim. *Kumpulan Hadits Qudsi Pilihan*. Terj Yasir Maqosid. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011). H, 106.

Sedangkan setiap do'a itu dikabulkan oleh Allah, baik yang positif maupun yang negatif, Allah SWT berfirman dalam QS. Ghafir : 60.⁶²

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ
عَنْ عِبَادَتِي سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ دَاخِرِينَ ﴿٦٠﴾

“Tuhanmu berfirman, “Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Aku perkenankan bagimu (apa yang kamu harapkan). Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri tidak mau beribadah kepada-Ku akan masuk (neraka) Jahanam dalam keadaan hina dina.”

2. The Law of Projection

Pada topik law of projection dalam buku ini didefinisikan sebagai “apapun yang terfokuskan dalam pikiran kita, akan otomatis terproyeksi menjadi Nasib kita.” Terletak pada paragraf 1-2, halaman 46, hal ini diibaratkan seperti cara kerja proyektor yang akan menangkap semua data dari laptop yang telah disambungkan, kemudian ditampilkan pada sebuah layar melalui pancaran cahayanya.

Seperti halnya sebuah pikiran, otak diibaratkan sebuah proyektor yang akan menerima, menyerap dan merekam semua informasi yang ada di sekeliling, baik berupa cahaya, suara, dan juga gelombang halus yang menyebar. Kemudian setelah diproses, otak akan memancarkan energi yang berupa pikiran disetiap harinya. Sedangkan Nasib kehidupan diibaratkan seperti sebuah layar. Maka, apa yang ada didalam pikiran kita itulah yang akan muncul menjadi nasib kehidupan kita.

⁶² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 474.

3. Menghilangkan Su'udzon, Membangun Husnudzon

Pada topik ini penulis menyajikan beberapa hal yang harus dilakukan untuk menjaga agar kita tetap berada dalam pikiran positif, yang terdapat pada paragraf 3, halaman 77-88, diantaranya:

a. Paksakan Diri untuk Selalu Husnudzon

Penulis menyampaikan bahwa segala peristiwa yang terjadi, tanpa terkecuali, merupakan hasil dari izin Allah SWT. Setiap fakta yang ada dalam kehidupan kita, hanya Allah SWT yang mewujudkannya, dan itu adalah yang terbaik. Oleh karena itu, kita hendaknya mengucapkan “MasyaAllah” sebagai bentuk pengakuan atas keagungan Allah dalam setiap kejadian.

Maka, penulis juga mengatakan bahwa tugas kita hanya selalu berusaha untuk memohon dan berdo'a agar segala yang terjadi dalam kehidupan kita adalah hal-hal kebaikan, seperti halnya do'a Rasulullah SAW:

بِسْمِ اللَّهِ الَّذِي لَا يَضُرُّ مَعَ اسْمِهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ
وَلَا فِي السَّمَاءِ وَهُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ

“Dengan nama Allah, Zat yang apa pun di bumi dan di langit tidak mudharat dengan asma-Nya. Dia Maha Mendengar dan Maha Tahu.”

(HR Abu Dawud dan At-Turmudzi)

b. Tinggalkan Asupan Persepsi Negatif

Adapun hal hal yang dapat menjadi asupan persepsi negatif telah di jelaskan oleh penulis terletak pada paragraf 6, halaman 83-84, diantaranya:

1) Acara Infotaimen di Televisi

Penulis mengungkapkan bahwa berita yang melibatkan selebriti memiliki pengaruh yang lebih kuat pada alam bawah sadar

dibandingkan berita yang tidak memiliki kaitan emosional dengan para pemirsa. Hal ini terjadi karena adanya akses "pengaruh otoritas" dari tokoh-tokoh yang dikagumi.

Oleh karena itu, jika ingin menjalani kehidupan yang baik, maka menyaksikan infotainment menjadi tidak dianjurkan dan dianggap tidak halal untuk dinikmati.

2) Gibah dan Gosip

Membicarakan aib orang lain, sama halnya seperti sedang mengundang ketidakadilan dalam kehidupan. Jika kehidupan selama ini mungkin terasa tidak adil, bisa jadi karena hidup masih terjebak dalam hal-hal yang penuh pembicaraan aib orang lain.

Adapun firman Allah SWT yang menjelaskan tentang larangan menggibah atau menggosip, yaitu QS. Al-Hujurat : 12.⁶³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ ۖ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بََعْضُكُم بَعْضًا ۗ أَيُّحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْنَاهُ ۖ وَإِنَّفُوا لِلَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ ﴿١٢﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, jauhilah banyak prasangka! Sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa. Janganlah mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah

⁶³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 517

mati? Tentu kamu merasa jijik. Bertakwalah kepada Allah! Sesungguhnya Allah Maha Penerima Tobat lagi Maha Penyayang.”

3) Konten-Konten yang Tidak Sehat di Internet

Internet tentu berguna untuk kehidupan saat ini, karena internet memiliki banyak informasi. ada informasi yang bermanfaat, namun ada banyak juga yang tidak bermanfaat. Allah berfirman:⁶⁴ (QS. Al- Mu'minin : 1-3)

قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ ﴿١﴾ الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ
خَشِعُونَ ﴿٢﴾ وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ ﴿٣﴾

“Sungguh, beruntunglah orang-orang mukmin. (Yaitu) orang-orang yang khusyuk dalam shalatnya, dan orang-orang yang meninggalkan (perbuatan dan perkataan) yang tidak berguna,”

c. Mengubah kata-kata

Ada pepatah mengatakan “*Change Your Words Will Change Your World*”, yang artinya “*Mengubah Kata, Akan Mengubah Dunia*”.⁶⁵

Penulis menjelaskan bahwa energi akan mengucap apa yang difokuskan. Oleh karena itu, adapun solusi yang ditawarkan penulis untuk mengubah kata-kata yang terucap dari lisan kita, berikut diantaranya:

- Kata **Sulit** diganti menjadi **Tidak Mudah**
- Kata **Miskin** diganti menjadi **Belum Kaya**
- Kata **Sakit** diganti menjadi **Kurang Sehat**
- Kata **Mahal** diganti menjadi **Tidak Murah**
- Kata **Gagal** diganti menjadi **Belum Berhasil**

⁶⁴ Ibid. H, 342

⁶⁵ Andrea Gardner. *Change Your Words, Change Your World*. 18 Juni 2023. Dari <https://www.goodreads.com/work/quotes/>.

4. Dampak Husnudzon dalam Kehidupan

Orang yang berusaha untuk husnudzon dalam kehidupannya, maka dia akan selalu berusaha melihat sisi positif atas segala sesuatu. Artinya pada kehidupan pribadinya, dia akan lebih mudah bersyukur.

5. Fokus dan Harapan

Pada topik yang terakhir ini pembahasannya yaitu hubungan antara fokus dan harapan. Ketika fokusnya kebaikan, fokusnya kaya, fokusnya keberlimpahan. Maka ibarat tanah subur, apapun bisa tumbuh diatas fokus yang bagus itu, dan yang tumbuh diatas fokus kebaikan itu disebut harapan.

Penulis menjelaskan dalam paragraf 10, halaman 99 bahwa “Kekuatan magnet rezeki bisa digunakan dengan mengubah fokus terlebih dahulu. Biarkan semuanya tampak indah, yang terjadi hari ini dan hari-hari kedepan. Kemudian tumbuhkan harapan diatas fokus kebaikan itu. Harapan bahwa semua masalah yang datang, terangkat dan tergantikan dengan solusi.”

Pernyataan penulis diatas menggambarkan bahwa keajaiban berupa terwujudnya sebuah harapan, baik yang terfikirkan maupun yang tidak terfikirkan akan tercipta ketika kita berfokus pada kebaikan. karena segalanya mudah bagi Allah SWT, jika Dia berkehendak itu terjadi kepada hambanya, maka amat teramat mudah bagi Allah untuk mewujudkannya. Hal ini didukung dengan firman Allah SWT dalam QS. Yasin : 82.⁶⁶

إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ ﴿٨٢﴾
“*Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.*”

⁶⁶ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 445.

Jadi kesimpulan dalam bab ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Table 4.1
Matriks Kesimpulan BAB *The Power of Positive Thinking*

Positive Thingking (Husnudzon)	
Ciri utama	Selalu memandang positif atas segala sesuatu.
Sikap terhadap sebuah musibah	Berbaik sangka atas musibah, bahwa selalu ada sisi positif dari setiap musibah.
Sikap terhadap orang lain	Selalu memandang positif orang lain.
Sikap terhadap rezeki	Memandang positif bahwa rezeki datang dengan dipaksa.
dzikir	MasyaAllah
Kata kunci	<ul style="list-style-type: none"> - Setiap pikiran adalah do'a - Law of projection

C. PEMBAHASAN HASIL ANALISIS DATA

1. Analisis Data

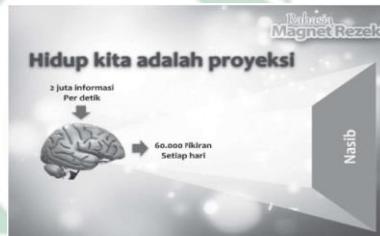
Hasil analisis ini difokuskan pada *pertama*, analisis teks melalui struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro. *Kedua*, analisis kognisi sosial. *Ketiga*, analisis konteks sosial, pada bab "*The Power of Positive Thinking*" dalam buku Rahasia Magnet rezeki.

a. Dimensi Teks

Berdasarkan skema analisis wacana Teun A. Van Dijk, dalam dimensi teks terdiri atas tiga tingkatan, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

1) Struktur Makro

Pada bab *“The Power of Positive Thinking”* dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* karya H. Nasrullah, topik yang menjadi sorotan adalah penggambaran cara kerja dari kekuatan pikiran. Sebagaimana yang ada pada paragraf 2 halaman 46 dalam kalimat *“otak kita merekam berjuta-juta informasi dengan kecepatan yang sangat tinggi, kemudian di proses dalam otak dan dipancarkan menjadi energi berupa pikiran setiap harinya. Maka, nasib kita mirip layar besar sebuah proyektor.”*.



Gambar 4.2
Cara Kerja Otak dalam Teori *Law of Projection*

Pada kalimat diatas, penulis menjelaskan bahwa nasib seseorang itu terproyeksi dari pikirannya sendiri. Ketika pikiran diberi informasi yang sangat bagus dengan energi yang berkualitas, maka secara otomatis pikiran itulah yang terpancar menjadi nasibnya.

2) Superstruktur (skematik)

Skematik pada bab *“The Power of Positive Thinking”* dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* karya H. Nasrullah ini terdiri dari pendahuluan, isi (konflik yang diangkat), dan penutup.

Tabel 4.2
Analisis Wacana Superstruktur (Skematik)

<p>Pendahuluan</p>	<p><i>“setiap pikiran adalah do’a dan setiap do’a dikabulkan oleh Allah, baik yang positif maupun yang negatif”.</i> (Paragraf 7, halaman 45)</p> <p>Teks diatas memuat sebuah makna yang disampaikan penulis bahwa selalu berfikir positif. Ketika ingin memiliki do’a yang baik, maka pikirkan hal-hal baik.</p>
<p>Isi</p>	<p><i>“segala yang terjadi, semuanya pasti terjadi atas izin Allah. Semua fakta yang terhidang dalam kehidupan kita, hanya Allah yang membuatnya terjadi, dan itulah yang terbaik. Maka ucapkanlah MasyaAllah”.</i> (paragraf 3, halaman 81)</p> <p>Teks diatas, mengandung kalimat persuasif, penulis mengajak untuk selalu bersikap husnudzon. Selalu memandang positif atas segala sesuatu. Artinya, ketika mendapatkan musibah dan kegagalan, maka harus tetap optimis dan yakin bahwa itu jalan terbaik dari Allah yang diberikan.</p>
<p>Penutup</p>	<p><i>“apa pun yang ter-FOKUS-kan dalam PIKIRAN kita, akan otomatis terproyeksi menjadi NASIB kita”.</i> (Paragraf 4, halaman 93)</p>

	Teks diatas, mengandung makna bahwa fokus kepada kebaikan, agar nasib kehidupan menjadi baik.
--	---

3) Struktur Mikro

Struktur wacana yang terdiri dari 4 elemen, diantaranya yaitu:

a) Semantik

Semantik dikategorikan sebagai makna lokal (local meaning), yaitu makna yang timbul dari interaksi antara kalimat dan proposisi yang membentuk makna spesifik dalam suatu teks.

Tabel 4.3

Analisis Struktur Makro (Semantik)

<p>Latar Sebuah peristiwa yang dipakai dalam menyajikan suatu teks. Latar merupakan cerminan dari ideologi komunikator</p>	<p><i>“apa pun yang ter-FOKUS-kan dalam PIKIRAN kita, akan otomatis terproyeksi menjadi NASIB kita”</i>. (Paragraf 4, halaman 93) Latar yang ingin disampaikan penulis pada kalimat diatas yaitu mengajak para pembaca untuk memfokuskan pikiran kepada kebaikan. Karena nasib kita adalah proyeksi dari pikiran kita dan setiap pikiran adalah do’a yang akan dikabulkan oleh Allah.</p>
<p>Detail berhubungan dengan kontrol informasi yang</p>	<p><i>“segala yang terjadi, semuanya pasti terjadi atas izin Allah. Semua fakta yang terhidang dalam kehidupan</i></p>

<p>ditampilkan komunikator,</p>	<p><i>kita, hanya Allah yang membuatnya terjadi, dan itulah yang terbaik. Maka ucapkanlah MasyaAllah”.</i> (paragraf 3, halaman 81)</p> <p>kontrol informasi yang ditampilkan penulis adalah mengingatkan para pembaca untuk selalu bersikap husnudzon atas segala yang terjadi. Karena Allah lebih tau yang terbaik buat kita.</p>
<p>Maksud pengungkapan informasi secara eksplisit dan jelas.</p>	<p><i>“Kekuatan magnet rezeki bisa digunakan dengan mengubah fokus terlebih dahulu. Biarkan semuanya tampak indah, yang terjadi hari ini dan hari-hari kedepan. Kemudian tumbuhkan harapan diatas fokus kebaikan itu. Harapan bahwa semua masalah yang datang, terangkat dan tergantikan dengan solusi.”</i> (paragraf 10, halaman 99)</p> <p>Pada kalimat diatas, penulis mengajak pembaca untuk fokus pada kebaikan dan memiliki harapan yang kuat. Karena ketika fokus kita baik, maka harapan apapun yang</p>

	tumbuh di atasnya bisa dengan mudah terwujud.
Peranggapan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks.	Allah SWT berfirman: إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ ﴿٨٢﴾ “Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.”

b) Sintaksis

Tabel 4.4
Analisis Struktur Makro (Sintaksis)

Bentuk Kalimat	<p>“<i>Kita fokuskan pikiran pada kebaikan,</i>” (paragraf 12, halaman 97)</p> <p><u>Kita</u> <u>Fokuskan pikiran</u> Subjek Predikat</p> <p><u>pada kebaikan</u> objek</p> <p>kalimat diatas merupakan kalimat aktif, karena subjek diletakkan di awal kalimat. Kalimat diatas memiliki makna anjuran untuk selalu berfikir positif.</p>
Koherensi	<p>“<i>setiap pikiran adalah do’a dan setiap do’a dikabulkan oleh Allah, baik yang positif</i>”</p>

	<p><i>maupun yang negatif</i>". (Paragraf 7, halaman 45)</p> <p>Kalimat yang dipaparkan diatas menggunakan kata penghubung "dan", yang secara implisit memiliki makna Allah Pemberi.</p>
Kata Ganti	<p><i>"Husnudzon juga akan mendekatkan diri kita pada hakikat. Dengan melihat sisi positif, sebenarnya kita bisa mengambil hikmah yang lebih dalam dari sebuah peristiwa."</i> (paragraf 5, halaman 89).</p> <p>Dalam kalimat diatas, penulis menggunakan kata ganti "kita" yang mengarah pada penulis dan pembaca.</p>

c) Stilistik

Pada bab "*The Power of Positive Thinking*" dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* karya H. Nasrullah, unsur stilistik terletak pada paragraf 4, halaman 47 dalam kalimat "*ketika pikiran kita dimasuki informasi yang sangat bagus, dengan energi yang sangat berkualitas, maka secara otomatis itu juga yang dipancarkan menjadi pikiran dan berujung pada nasib kita.*"

Penulis menggunakan kata "energi" yang memiliki makna daya atau kekuatan. Kalimat diatas bertujuan untuk menjelaskan

bahwa segala sesuatu dimulai dari pikiran, dibalik tindakan adalah pikiran. Jadi, ketika ingin segala sesuatu yang terjadi menjadi nasib yang baik, maka fokuskan pikiran pada kebaikan.

d) Retoris

Gaya penulisan pada bab *The Power of Positive Thinking*” dalam buku Rahasia Magnet Rezeki terbagi menjadi 2:

Tabel 4.5
Analisis Struktur Makro (Retoris)

<p>Grafis</p>	<p>“apa pun yang ter-FOKUS-kan dalam PIKIRAN kita, akan otomatis terproyeksi menjadi NASIB kita”. (Paragraf 4, halaman 93)</p> <p>Gaya penulisan bercetak tebal karena adanya penekanan makna yang ditonjolkan. Penulis memberi himbauan bahwa fokuskan pikiran pada kebaikan, karena pikiran itulah yang akan terproyeksi menjadi nasib hidup.</p>
<p>Metafora</p>	<p>sabdah Nabi SAW, yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi:</p> <p style="text-align: center;">أَنَا عِنْدَ ظَنِّ عَبْدِي بِي</p> <p>(<i>Ana 'inda dhonni 'abdi bi...</i>) “Aku (Allah) senantiasa bersama dengan prasangka hambaKu kepadaKu”. (Hadist Qudsi)</p>

	<p>Kalimat diatas memiliki makna sebagai penyemangat dan pengingat kita untuk selalu berperasangka baik (husnudzon) pada segala sesuatu yang terjadi. Karena Allah akan memberikan sesuai dengan apa yang kita pikirkan.</p>
--	--

b. Kognisi Sosial

Kognisi sosial melibatkan pemahaman mental penulis yang membentuk teks. Dalam konteks ini, penting untuk menganalisis isi buku rahasia magnet rezeki secara mendalam tentang pemikiran penulis buku dalam mengulas topik rezeki. Hal ini mencakup keyakinan, pengetahuan, dan prasangka penulis terhadap masalah yang dihadapi oleh masyarakat, terutama mereka yang mengalami kegelisahan dan kesulitan dalam menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.

Adapun temuan tentang pandangan penulis buku rahasia magnet rezeki terhadap problematika dalam meraih rezeki, adalah pada paragraf 6 halaman 61, *“Faktanya, Allah tidak menciptakan miskin. Kitalah yang menciptakan miskin dalam pikiran kita. Satu pikiran miskin kita, telah mengamputasi takdir kekayaan yang Allah berikan untuk kita.”*

Dalam kalimat diatas, penulis memberikan satu pernyataan tentang *negative thinking* kita atau su’udzon terhadap Allah, yang dapat menghambat rezeki diri kita sendiri. Hal ini dibuktikan dalam firman Allah SWT dalam QS. An-Najm : 48⁶⁷

⁶⁷ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H 528

وَأَنَّهُ هُوَ أَغْنَىٰ وَأَقْنَىٰ ۖ ﴿٤٨﴾

“bahwa sesungguhnya Dialah yang menganugerahkan kekayaan dan kecukupan,”

Jadi, yang menciptakan kemiskinan adalah diri kita sendiri. Kemiskinan itu selalu terbentuk dalam pola pikir kita yang menjadi do'a. Nabi SAW bersabda, dan diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi: ⁶⁸

أَنَا عِنْدَ ظَنِّ عَبْدِي بِي

(*Ana 'inda dhonni 'abdi bi...*) “Aku (Allah) senantiasa bersama dengan prasangka hambaKu kepadaKu”. (Hadist Qudsi)

Maka, modal utama hidup sukses dan kaya adalah baik sangka Kepada Allah SWT. Husnudzon terhadap segala sesuatu yang terjadi dan yang dihadapi dalam kehidupan kita adalah yang terbaik dari Allah SWT.

c. Konteks Sosial

Pemahaman mengenai konteks sosial dapat diperluas dengan menganalisis kondisi masyarakat pada saat teks dibuat, atau dengan pendekatan struktur kebudayaan dari tempat di mana teks tersebut ditulis.

Analisis sosial memeriksa bagaimana teks tersebut terhubung secara lebih mendalam dengan struktur sosial dan pengetahuan yang berkembang dalam masyarakat terkait suatu pembahasan tertentu. Dengan demikian, konteks sosial dalam hal ini berfokus pada menjawab pertanyaan tentang

⁶⁸ Ahmad Hanan. “Bukan Jabatan, Kunci Kebahagiaan adalah Baik Sangka kepada Allah”. *Artikel*. 2019. Dari <http://www.nu.or.id/>.

bagaimana wacana yang berkembang di masyarakat terkait dengan magnet rezeki.

Pesan yang dapat di ambil dari bab *the power of positive thinking* dalam buku rahasia magnet rezeki yang dilihat dari segi konteks sosial yakni fokus dan harapan. Penulis ingin menyampaikan bahwa harapan yang kuat akan menjadi kenyataan bila ditumbuhkan diatas fokus yang baik, Penulis menyebutnya sebagai ilmu kun fayakunnya Allah SWT. sebagaimana firman-Nya:

﴿۸۲﴾ إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ

“*Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.*”

Konteks sosial ini sesuai dengan keadaan masyarakat yang memiliki keresahan pada rezekinya, hingga berujung pada keraguan atas kekuasaan Allah SWT. hal ini dibuktikan dalam paragraf 2 halaman 45, penulis bercerita (Suatu saat ada orang yang datang pada saya, “*Pak Nas, saya sudah shalat Duha, sudah shalat Tahajud, sudah sedekah, kok doa saya tidak dikabulkan, kok saya masih miskin juga?*”). “*Nah, itu udah dikabulkan, kok,*” jawab saya, karena memang tidak mungkin doa tidak dikabulkan, “*tuuuh... yang dikabulkan kata-kata kamu yang terakhir,*” tambah saya. Dia terkejut mengingat kata terakhir yang dia sebut adalah “*miskin*”.

Cerita diatas merupakan kisah dari masyarakat yang mulai ragu akan kekuasaan Allah terhadap rezekinya. Penulis menjelaskan bahwa kebaikan yang dilakukan oleh orang tersebut memiliki energi yang kurang, kalah dengan energi miskin yang dia pancarkan sebagai doa yang diulang-

ulang terus-menerus dalam pikirannya. Maka, penulis berusaha menekankan himbauan pada para pembaca agar selalu berfikir positif, fokus pada kebaikan dan harapan yang kuat.

2. Pembahasan

Karya tulis khususnya buku ini dinilai efektif dan mempunyai pengaruh yang tinggi, karena buku adalah salah satu media dakwah yang dibutuhkan untuk perkembangan zaman sekarang hingga nanti, dapat disimpan serta dikaji ulang tanpa terbatas ruang dan waktu dalam menyampaikan pesan. dakwah melalui karya tulis tidak mudah lenyap sekalipun seorang da'i atau penulisnya telah wafat. Hal ini juga dibuktikan dengan masih terjaganya ayat-ayat dalam kitab suci Al-Qur'an serta kitab-kitab klasik dari zaman para sahabat, dan para ulama terdahulu yang masih dikaji oleh masyarakat masa kini.

Bukan perkara yang mudah menyampaikan dakwah melalui tulisan khususnya buku, karena metode yang diambil harus murni sesuai dengan kaidah-kaidah penulisan jurnalistik, diantaranya penggunaan bahasa atau *language* yang bersifat komunikatif agar tulisan lebih ringan dibaca khalayak umum dan lapisan masyarakat. Oleh karena itu, Da'i atau penulis harus memiliki konsep yang baik dan sebuah strategi yang harus dipikirkan secara matang, agar dapat mencapai tujuan tertentu secara efektif.

Banyak penulis sukses dalam menyampaikan pesan dakwahnya melalui media buku, dengan tujuan menghasilkan perubahan karakter dan sikap pembaca setelah membaca karya-karya mereka. Salah satunya adalah buku yang berjudul "Rahasia Magnet Rezeki" karya H. Nasrullah. Buku ini mengandung pengetahuan dan mengusung tema rezeki, namun pendekatan yang

digunakan sangat unik. Penulis membimbing pembaca untuk melihat rezeki dari perspektif yang tidak biasa. Dalam buku ini, penulis mengajak pembaca untuk menghadapi rezeki dengan cara yang sesuai dengan kehendak Allah, melalui akhlak yang luar biasa, dan dengan menciptakan energi positif dalam diri.

Penelitian ini berfokus pada strategi dakwah yang terdapat pada bab *the power of positive thinking* dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* melalui analisis wacana Van Dijk, yaitu menganalisis dari segi dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosialnya.

Berdasarkan hasil analisis data pada dimensi teks menurut Van Dijk, peneliti menemukan metode dakwah yang diterapkan penulis seperti kategori metode yang telah dikemukakan oleh Al-Bayanuni, berikut hasil temuan dari penelitian ini:

a. Struktur makro (tematik)

Topik yang menjadi pembahasan penulis adalah kekuatan dari pola pikir. Data yang ditemukan:

“otak kita merekam berjuta-juta informasi dengan kecepatan yang sangat tinggi, kemudian di proses dalam otak dan dipancarkan menjadi energi berupa pikiran setiap harinya. Maka, nasib kita mirip layar besar sebuah proyektor.”

Penulis mengajak para pembaca untuk selalu berfikir positif dalam segala hal. Sebab nasib seseorang tergambar dari pola pikir dirinya sendiri. Hal ini membuktikan bahwa penulis menerapkan strategi dakwah dengan pendekatan indrawi, karena Penulis menyampaikan dakwahnya melalui penggambaran cara kerja pikiran seseorang seperti cara kerja sebuah proyektor, agar pembaca dapat

melihat dan memahami dengan mudah makna yang akan disampaikan.

Penulis juga menguatkan ilustrasi diatas dengan suatu pernyataan bahwa “setiap pikiran adalah do’a, dan setiap do’a akan dikabulkan oleh Allah, baik itu positif maupun negatif. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Ghafir : 60.⁶⁹

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ
عَنْ عِبَادَتِي سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ دَاخِرِينَ ﴿٦٠﴾

“Tuhanmu berfirman, “Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Aku perkenankan bagimu (apa yang kamu harapkan). Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri tidak mau beribadah kepada-Ku akan masuk (neraka) Jahanam dalam keadaan hina dina.”

b. Superstruktur (skematik)

Sekema yang di susun penulis terdiri dari pendahuluan, isi, dan penutup. Pada bab the power of positive thinking, penulis memberikan pendahuluan berupa pernyataan bahwa “setiap pikiran adalah do’a dan setiap do’a dikabulkan oleh Allah, baik yang positif maupun yang negatif”.

Pernyataan diatas mengandung sebuah nasehat yang menjadi isi pesandari penulis, yaitu selalu berfikir positif, meskipun sedang mendapatkan musibah, kegagalan atau semacamnya, tetap berusaha untuk memfokuskan pikiran pada hal-hal baik. tetap optimis dengan apa yang diberikan oleh Allah, terus berusaha, yakin dan percaya bahwa itulah yang terbaik. Pikiran yang baik sama halnya

⁶⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H 474.

dengan berdo'a untuk kebaikan. Data yang ditemukan menjadi isi pesan: *“berfikir atas segala yang terjadi semuanya pasti terjadi atas izin Allah SWT. Semua fakta yang terhidang dalam kehidupan kita, hanya Allah SWT yang membuatnya terjadi, dan itulah yang terbaik. Maka ucapkanlah MasyaAllah!”*

Kemudian, penulis memberikan sebuah motivasi untuk membangkitkan optimisme pembaca sebagai penutup, yaitu firman Allah SWT dalam QS. An-Najm : 48⁷⁰

وَأَنَّهُ هُوَ أَغْنَىٰ وَأَقْنَىٰ ۖ

“bahwa sesungguhnya Dialah yang menganugerahkan kekayaan dan kecukupan,”

Berdasarkan temuan diatas, membuktikan bahwa penulis menerapkan strategi dakwah dengan pendekatan emosional pada bab *the power of positive thinking* dalam buku Rahasia Magnet Rezeki, yaitu dengan memberikan nasehat dan memberikan sebuah motivasi dengan penyampaian yang lembut sehingga dapat menyentuh perasaan, agar para pembaca tetap optimis dalam mencari rezekinya. Selain itu penulis juga memberi himbauan agar selalu hushudzon kepada Allah SWT. karena hal itu yang menjadi modal utama meraih kesuksesan dan kebahagiaan. hal ini sejalan dengan sabdah Nabi SAW, yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi:

أَنَا عِنْدَ ظَنِّ عَبْدِي بِي

(Ana 'inda dhonni 'abdi bi...) “Aku (Allah) senantiasa bersama dengan prasangka hambaKu kepadaKu”. (Hadist Qudsi)

⁷⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H 528

c. Struktur Mikro (semantik)

Makna yang ingin ditekankan penulis pada bab *the power of positive thinking* dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki* adalah fokus dan harapan menjadi keajaiban. Data yang ditemukan:

“Kekuatan magnet rezeki bisa digunakan dengan mengubah fokus terlebih dahulu. Biarkan semuanya tampak indah, yang terjadi hari ini dan hari-hari kedepan. Kemudian tumbuhkan harapan diatas fokus kebaikan itu. Harapan bahwa semua masalah yang datang, terangkat dan tergantikan dengan solusi.”

Penulis mengajak pembaca untuk lebih fokus pada kebaikan, agar mendapatkan keajaiban dari harapan yang tumbuh diatas fokus pikiran yang baik. pernyataan tersebut dikuatkan dengan sebuah kisah inspiratif yang diceritakan penulis, hal ini di buktikan dengan kalimat pada paragraf 5, halaman 95 *“Badi mengikuti training kekayaan. Lalu pembicaranya, sang motivator sukses, membicarakan tentang financial freedom, tentang time freedom, tentang mimpi dan impian yang tinggi. Sang motivator juga menyebutkan tentang keberhasilan yang telah dia raih. Rumah mewah, mobil, jalan-jalan ke luar negeri. Selesai dari acara training itu, Badi berpikir bahwa dia sangat beruntung. Badi terinspirasi oleh sang motivator yang telah memiliki segalanya. Lalu, tiba-tiba dia merasa dirinya memiliki harapan. Badi merasa sebenarnya dia sudah kaya, tapi saat melihat menara Burj Al-Arab di Dubai yang ada di layar training, dia memiliki harapan untuk bisa ke sana. Lalu, dia mengundang harapan itu untuk hidup dalam fokus kekayaannya.”*

Kisah tersebut memiliki makna bahwa keajaiban akan terjadi ketika harapan ditumbuhkan pada fokus pikiran yang baik. Sebagaimana dalam analisis kognisi sosial pada elemen wacana Teun A. Van Dijk, penulis mengatakan bahwa harapan apapun yang tumbuh di atasnya bisa dengan mudah terwujud. Bahkan harapan yang tidak difikirkan sekalipun juga bisa terwujud. Penulis menyebutnya sebagai ilmu kun fayakunnya Allah SWT.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat dibuktikan bahwa penulis juga menerapkan strategi dakwah dengan pendekatan rasional, karena terdapat aspek mengajak pembaca menggunakan akal dan pikiran. Selain itu, penulis juga memaparkan kisah inspiratif yang dapat dijadikan renungan serta mengambil hikmah dibalikinya. Strategi Rasional juga cenderung menggunakan perumpamaan yang jelas. Hal ini dibuktikan dengan temuan dalam buku tersebut, berupa firman Allah:⁷¹

إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ ﴿٨٢﴾

“Sesungguhnya ketetapan-Nya, jika Dia menghendaki sesuatu, Dia hanya berkata kepadanya, “Jadilah!” Maka, jadilah (sesuatu) itu.” (QS. Yasin : 82).

⁷¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, (Bandung: Sygma, 2014). H, 445.

BAB V PENUTUP

A. SIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa strategi hanya menunjuk pada suatu perencanaan untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, maka diperlukan sebuah metode. Jadi strategi dakwah H. Nasrullah pada buku *Rahasia Magnet Rezeki* yang menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk pada bab *the power of positive thinking* diterapkan melalui 3 pendekatan metode yang dikemukakan oleh Al Bayanuni, yaitu : metode ‘athifi (Al-Manhaj Al-‘Athifi), metode aqli (Al-Manhaj Al-Aqli), dan metode hissi (Al-Manhaj Al-Hissi). Hal ini dibuktikan dengan H. Nasrullah mengilustrasikan cara kerja pikiran seseorang itu seperti cara kerja sebuah proyektor, yang diperkuat dengan sebuah nasihat yang dapat membangkitkan rasa optimis akan kekuasaan Allah.

Tujuan H. Nasrullah menggunakan metode diatas agar lebih mudah mengajak para pembaca untuk selalu berfikir positif dalam segala hal, husnudzon kepada Allah, dan memfokuskan pikiran pada kebaikan, sehingga harapan yang tumbuh diatasnya serta harapan yang tidak terfikirkan dapat mudah terwujud. Karena, nasib seseorang tergambar dari pola pikir dirinya sendiri, dan setiap pikiran adalah do’a, sedangkan setiap do’a akan dikabulkan oleh Allah, baik itu positif maupun negatif.

B. SARAN DAN REKOMENDASI

Setelah mengulas secara menyeluruh penelitian dalam skripsi ini, penulis berkeinginan agar skripsi ini memiliki manfaat yang luas bagi semua individu yang terlibat. Dengan demikian, penulis ingin memberikan rekomendasi-rekomendasi berikut ini:

1. Peneliti berharap untuk para da'i dapat mengembangkan nilai-nilai keislaman melalui karya tulis dengan menerapkan strategi dakwah agar dapat menghasilkan tulisan yang berkualitas dan manfaat bagi pembacanya.
2. Peneliti berharap dakwah melalui buku dapat bertahan dan terus berkembang, agar dapat disimpan dan dikaji kembali hingga akhir zaman.
3. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji lebih lanjut mengenai strategi dakwah dalam karya tulis.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dan usahakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat, yaitu fokus penelitian ini hanya pada bab *The Power of Positive Thinking* dalam buku *Rahasia Magnet Rezeki*. Maka dari itu masih belum benar-benar dapat dijadikan acuan penelitian strategi dakwah H. Nasrullah.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim:

Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an terjemah dan Tajwid*, Bandung: Sygma, 2014.

Buku:

- Al-Bayanuni, Muhammad Abu Al-Fath. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Terj, Masturi Ilham dan Muhammad Malik Supar. Jakarta: PUSTAKA AL-KAUTSAR, 2021.
- Anggrianto, Fuat. *Analisis Wacana Kritis (Kajian Eufemisme dan Disfemisme dalam Wacana)*. Sukabumi: CV Jejak, anggota IKAPI, 2022.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Edisi Revisi cetakan ke-6. Jakarta: Kencana, 2017.
- Bandara, Aris. *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta : KENCANA, 2012.
- Daft, Richard L. *Era Baru Manajemen*. Terj, Tita Maria Kanita. Ed Ke-9. Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Eriyanto. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara, 2008.
- Ghanim, Syaikh Fathi. *Kumpulan Hadits Qudsi Pilihan*. Terj Yasir Maqosid. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2011.
- H,M, Junaiyah dan Arifin, E, Zaenal. *Keutuhan Wacana*. Jakarta: Grasindo, 2010.
- Haryatmoko. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*. Cet 3. Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mulyana. *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005.

- Munier, Muhammad. *Metode Dakwah*. Cet ke-3. Jakarta: Kencana, 2009.
- Munir, M dan Ilaihi, Wahyu. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Muslich, Masnur. *Textbook Writing: Dasar-dasar Pemahaman, Penulisan, dan Pemakaian Buku Teks*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010.
- Rachman, Maman. *5 Pendekatan Penelitian*. Yogyakarta: Magnum Pustaka, 2015.
- Rani, Abdul. *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia, 2004.
- Rohana dan Syamsudin. *Analisis Wacana*. Makassar: CV. Samudra Alif-Mim, 2015
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Suci, Rahayu Puji. *Esensi Manajemen Strategi*. Sidoarjo: Zifatama, 2015.
- Sukayat, Tata. *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi' asyarah*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Taufik, M, Tata. *Etika Komunikasi Islam*. Bandung: Pustaka Setia, 2012.

Jurnal:

- Alamsyah. “Efektivitas Dakwah Melalui Majalah”. *Jurnalisa*. (online). Vol 04. Nomor 1. 2018. Dari <https://journal.uin-lauddin.ac.id/>.
- Farhah, Irzum. “Media Dakwah Pop.” AT-TABSYIR, *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. (online). vol. 1, No. 2. 2013. Dari <https://journal.iainkudus.ac.id/>.
- Halwati, Umi. “Analisis Teun A Van Dijk dalam Kajian Wacana Teks Dakwah di Media Massa”. *Jurnal Komunika*. (online). Vol 5 No 1. 2011. Dari, <https://ejournal.uinsaizu.ac.id/>

- Humaira, Hera Wahdah. “Analisis Wacana Kritis (Awk) Model Teun A. Van Dijk Pada Pemberitaan Surat Kabar Republika”. *Jurnal Literasi*. (Online). Vol. 2, No. 1. 2018. Dari <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/>.
- Muklis. “Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah)”. *Islamic Communication Journal*. (online). Volume 03, nomer 1. 2018. Dari <https://journal.walisongo.ac.id/>.
- Pattaling. “Problematika Dakwah dan Hubungannya dengan Unsur-Unsur Dakwah”. *Jurnal Farabi*. (online). Vol, 10, No, 2. 2013. Dari <https://journal.iaingorontalo.ac.id/>.
- Zaini, Ahmad. “Dakwah Melalui Media Cetak”. *AT-TABSYIR Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*. (online). Volume 2, Nomer 2. 2014. Dari <https://journal.iainkudus.ac.id/>.

Skripsi:

- A’yuni, Roya Qiisy Qurotal. “Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel Bintang Emon di Instagram”. *Skripsi*. Prodi Ilmu Komunikasi, fakultas dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. 2021. Dari <http://digilib.uinsby.ac.id/>.
- Rahma, Shofura Maulida. "Dakwah Bil Qalam dalam Buku Kiai Hologram Karya Emha Ainun Nadjib (Analisis Wacana Norman Fairclough)". *Skripsi*. prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Tulungagung. 2019. Dari <https://repo.uinsatu.ac.id/>.
- Umam, Haiatul. “Analisis Wacana Teun A Van Dijk terhadap Skenario Film “Perempuan Punya Cerita””. *Skripsi*. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. 2009. Dari <https://repository.uinjkt.ac.id/>.

- Vadlullah, Moh. Ngindi. “Dakwah bil qalam K.H. Taufiqul Hakim dalam serial buku Syifaul Ummah”. *Skripsi*. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2017. Dari <http://eprints.walisongo.ac.id/id/>
- Yunita, Venny. “Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah pada Buku Percepatan Rezeki dalam 40 Hari dengan Otak Kanan”. *Skripsi*. Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. 2018. Dari <https://repository.ar-raniry.ac.id/>.

Sumber Internet:

- Gardner, Andrea. *Change Your Words, Change Your World*. 18 Juni 2023. Dari <https://www.goodreads.com/work/quotes/>.
- Hidayah, Nurul. “Perbedaan Buku Fiksi & Non Fiksi dari Ciri, Struktur, serta Contoh”. *Artikel*. 2023. Dari <https://www.brainacademy.id/>.
- Setiawan, Ebta. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. Edisi III. 2021. Dari <https://kbbi.web.id/>.
- Wikipedia. *Verba volant, scripta manent*. 12 Februari 2023. Dari <https://id.wikipedia.org/>.