

PENGUNAAN BAHASA TUTURAN PERSUASIF DALAM DAKWAH

Hera Wahdah Humaira¹

Universitas Muhammadiyah Sukabumi
hera297@ummi.ac.id

Deden Ahmad Supendi²

Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Dedenahmadsupendi118@ummi.ac.id

Nurlaela Agustin³

Universitas Muhammadiyah Sukabumi
nurlaelaagustin98@ummi.ac.id

Resti Mulyani⁴

Universitas Muhammadiyah Sukabumi
resti005@ummi.ac.id

Abstrak

Tuturan dalam sebuah komunikasi tentunya dapat bermaksud persuasif, karena seorang pendakwah menyampaikan tuturan bermaksud menyiarkan ajaran agama kepada pendengar (mad'u). Di Kota Sukabumi khususnya di Universitas Muhammadiyah Sukabumi Organisasi Muhammadiyah berkembang sesuai dengan visi misi persyarikatan. Maka, perlu diadakan penelitian yang mengkaji bahasa persuasif para pendakwah Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Sukabumi baik dalam pengajian rutin hari Rabu. Adapun tujuan utama penelitian ini yaitu mengetahui gaya bahasa persuasif pada pendakwah di Universitas Muhammadiyah Sukabumi dan tujuan kedua mengetahui seberapa banyak jenis gaya bahasa yang digunakan oleh pendakwah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan mendeskripsikan penggunaan gaya bahasa persuasif para pendakwah Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan metode simak, transkripsi, dan catat. Metode simak dibatasi hanya pada teknik rekam saja, teknik rekam ini digunakan untuk merekam penggunaan bahasa para pendakwah, yang seterusnya akan ditranskripsikan dan dianalisis. Berdasarkan data hasil penelitian didapat rata-rata penggunaan bahasa dakwah persuasif yang digunakan yaitu taklim dan tarbiyah sebanyak 50%, tadzkir dan tanbih sebanyak 12,50 %, targhib dan tabsyir sebanyak 18,75 %, qashash dan riwayat sebanyak 6,25 %, dan amar nahi sebanyak 12,50 %. Pendakwah lebih sering menggunakan bahasa dakwah yang mengarah kepada Taklim dan Tarbiyah yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengajar dan mendidik.

Kata kunci: Bahasa persuasif; tuturan; dakwah

A. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan seruan atau ajakan kepada keinsafan atau usaha mengubah situasi, kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat (Ahmad, 2014). Perwujudan dakwah bukan sekadar usaha peningkatan

pemahaman keagamaan dalam tingkah laku dan pandangan hidup saja, tetapi juga menuju sasaran yang lebih luas. Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab, yaitu al-da'wa, yang diderivasi dari lafaz al-du-a, yang berarti al-ṭalab yang berarti meminta atau memohon (Jailani, 2014) sedangkan secara terminologi, dakwah merupakan ungkapan permohonan atau ajakan dari seseorang kepada orang lain untuk menegakkan kebenaran (Al-Syarif) dalam (Jailani 2014).

Dalam dakwah, ada unsur yang mengajak, yang sering disebut da'i atau pendakwah, yakni mereka yang mengajak kepada kebenaran. Mereka bisa saja mubaligh, karena berdakwah sering juga disebut tabligh (menyampaikan), bisa juga penceramah, para ustaz, guru atau dosen, narasumber atau pemakalah, atau siapa pun yang mengajak orang lain untuk melakukan kebaikan. Mereka yang diajak (*al-mad'ulah*) adalah orang lain yang mau mendengarkan ajakannya. Dalam konteks ini mereka sering disebut *mustami*'. Dakwah adalah proses menyampaikan pesan dan informasi keagamaan kepada orang lain. Secara teknis Dakwah sama dengan aktivitas komunikatif dilihat dari Dai sebagai komunikator dan Madhu sebagai komunikan. Jadi Dakwah mempunyai beberapa komponen yang sama dengan komunikasi. yakni da'i (komunikator), mad'u (komunikan), pesan, metode, medium, dan efek (umpan balik)(Desmiyati and Supriyadi 2023). Berdakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pendakwah dengan menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran (Ahmad Suja'i, 2022).

Sebagai pendakwah, tentu saja ingin berhasil menyelesaikan misi dakwah. Salah satu bentuk keberhasilan dalam dakwah adalah mengubah sikap mental seseorang. Dari tidak mencintai Islam menjadi mencintai Islam, dari tidak ingin beramal hingga giat melaksanakannya, dari menyukai kemaksiatan hingga membenci kemaksiatan, menanamkan kebenaran Islam dan merasakan kegembiraan di dalamnya, seperti menanamkannya dalam jiwa (Salim, 2018). Dakwah merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyebarkan Agama Islam dan pemberi nasihat dan rahmat bagi umat. Oleh karena itu, orang yang menjalankan dakwah harus mempunyai kemampuan berbicara yang baik (A'yuniyah and Utomo 2022). Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim. apapun pekerjaan yang dilakukan akan mendapat imbalan pahala dari Allah, termasuk melaksanakan dakwah (Zain 2019).

Sebelum Islam diserukan dan masuk ke Indonesia, sudah terdapat beraneka ragam budaya di tanah Nusantara tak terkecuali di Sukabumi. Sebagai Kabupaten terluas se-

Jawa dan Bali, budaya dari berbagai ras, suku, dan agama dapat hidup selaras berdampingan mewarnai kehidupan masyarakat. Kondisi seperti ini, dalam ranah budaya, sering disebut dengan multikulturalisme. Multikulturalisme merupakan ideologi dan alat untuk meningkatkan derajat manusia dan kemanusiaan. Pemahaman multikulturalisme memerlukan landasan pengetahuan berupa pengembangan konsep-konsep yang relevan serta menunjang keberadaan dan berfungsinya multikulturalisme dalam kehidupan manusia (Amin 2018).

Muhammadiyah adalah organisasi Islam modern, menganut madzhab yang sejalan dengan Alquran dan Hadis sahih. Didirikan oleh K.H. Ahmad Dahlan di Kota Yogyakarta, 18 November 1912, pemikiran pendidikan K.H. Ahmad Dahlan merupakan konsep pendidikan Islam modern (Syarifuddin et al., 2019). Kegiatan dakwahnya sering berwujud pemberantasan keyakinan dan praktik-praktik takhyul, bid'ah, dan churafat yang lazim disebut oleh kalangan warga persyarikatan Muhammadiyah dengan istilah penyakit TBC (Lubis, 2020). Salah satu kekhasan gerakan dakwah Muhammadiyah adalah dakwah kultural. Gerakan dakwah ini pada hakikatnya adalah berkomunikasi dengan bahasa kaumnya. Muhammadiyah juga disebut-sebut sebagai organisasi Islam modern, karena sejumlah gerakan pembaharuannya berorientasi pada pembaharuan dalam budaya tradisional keberagamaan umat muslim di Indonesia. Sebagai gerakan Islam, Muhammadiyah berusaha untuk merwujudnya masyarakat Islam yang sebenarnya sehingga hidup manusia selamat, bahagia, dan sejahtera di dunia dan akhirat melalui pelaksanaan dakwah dan tajdid (Usman, 2014)

Muhammadiyah merupakan salah satu organisasi Islam tertua dan terbesar di Indonesia (Kahfi, 2020). Muhammadiyah memiliki strategi-strategi tersendiri agar ajarannya lebih mudah dipahami serta diterima oleh masyarakat setempat, salah satunya menggunakan bahasa ajakan yang lebih mudah dipahami dan diterima (bahasa persuasif). Mengingat kalimat persuasi merupakan kalimat yang bertujuan untuk mempengaruhi pembaca/pendengar untuk melakukan apa yang diinginkan penulis atau pembicara (Musahadah and Triyono 2019). Jadi, sebagai organisasi besar, Muhammadiyah dengan mengusung pembaharuannya memiliki bahasa persuasif dakwah tersendiri yang bisa membuat masyarakat mengikuti pemahamannya hingga ikut teguh mempertahankan pemahaman yang mereka akui lebih benar dibanding yang lain tersebut. Bahasa persuasif yang digunakan oleh pendakwah akan menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat,

karakteristik masyarakat akan dipengaruhi oleh motivasi pada saat masyarakat mendengarkan ceramah.

Penelitian metode dakwah Muhammadiyah pernah dilakukan oleh (Rafiq 2016) di Tapanuli Selatan. Dalam penelitian tersebut ditemukan ada beberapa metode dakwah yang diterapkan Muhammadiyah di Tapanuli Selatan yaitu; metode *al-hikmah*, *al-mau'izhatil hasanah*, dan *mujadalah*. Ketiga metode dakwah tersebut diterapkan dalam bentuk dakwah *bil lisan*, *dakwah bil kitabah*, *dakwah bil hal* dan dakwah cultural. Penelitian tersebut difokuskan pada metode dakwah yang diterapkan Muhammadiyah dalam mensyiarkan ajaran Islam yang sesuai dengan Alquran dan Assunnah. Agar dakwah bisa terus eksis maka diperlukan metode yang tepat. Perkembangan zaman, budaya, maupun kesukaan masyarakat menjadi pertimbangan untuk menggunakan metode dakwah yang sesuai (Mega Cynthia 2020). Jika dahulu dakwah dilakukan dengan sederhana, saat ini dakwah dilakukan dengan berbagai metode, media, dan strategi (Rahman et al., 2019).

Bahasa persuasif dakwah dibagi menjadi beberapa jenis yaitu: 1) *taklim* dan *tarbiyah* merupakan gaya bahasa dakwah dengan menggunakan metode mengajar dan mendidik; konsep tarbiyah merupakan konsep Pendidikan Islam yang penting (Ma'zumi, 2019). 2) *tadzkir* dan *tanbih* merupakan gaya bahasa dakwah dengan menggunakan metode mengingatkan dan menyegarkan kembali; 3) *tarhib* dan *tabsyir* merupakan gaya bahasa dakwah dengan menggunakan metode menggemarkan beramal saleh dan menyampaikan berita gembira; 4) *tarhib* dan *inzar* merupakan gaya bahasa dakwah dengan menggunakan metode menakut-nakuti dan menyampaikan berita dosa; 5) *qashash* dan *riwayah* merupakan gaya bahasa dakwah dengan menggunakan metode menampilkan kisah masa lalu, baik kisah baik maupun kisah buruk, 6) *amar* dan *nahi* merupakan gaya bahasa dakwah dengan menggunakan metode mengabarkan perintah larangan. Tuturan dalam dakwah salah satunya mengandung unsur pelarangan (Nurlaela, Boeriswati, and Tajuddin 2022)

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif untuk memaparkan pemecahan permasalahan yang ada sekarang berdasarkan data-data. Menurut Whitney (dalam Hamdi

& Bahrudin, 2015) metode deskriptif merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Secara khusus jenis penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai bahasa persuasif pendakwah Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Dengan demikian, metode pengumpulan data pun harus sesuai dengan maksud yang hendak dihasilkan dari penelitian ini. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi metode simak, rekam, dan transkripsi yang akan dipaparkan sebagai berikut. Metode simak dilakukan dengan cara menyimak ceramah pendakwah. Teknik yang digunakan adalah teknik rekam. Dengan metode ini peneliti akan merekam penggunaan bahasa pendakwah, setelah itu tuturan hasil rekaman ditranskripsikan ke bentuk tulisan. Setelah data ditranskripsi, peneliti menganalisis tuturan pendakwah menggunakan teori analisis bahasa dakwah persuasif A. Hasymy tahun 1974 dalam 'Dustur Dakwah Menurut Al-Qur'an'. Ada enam bahasa dakwah persuasif yang dibahas dalam teori tersebut yaitu 1) *taklim* dan *tarbiyah*, 2) *tadzkir* dan *tanbih*, 3) *targhib* dan *tabsyir*, 4) *tarhib* dan *inzar*, 5) *qashash* dan *riwayah*, 6) *amar* dan *nahi*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini peneliti mendeskripsikan dan menganalisis hasil penelitian yang telah diperoleh. Data penelitian ini diperoleh dari hasil rekaman pengajian yang diadakan di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Hasil penelitian ini didapat dari pengamatan peneliti tentang bahasa persuasif yang digunakan oleh pendakwah di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Data dikumpulkan dengan teknik rekam pada saat dakwah dilakukan, kemudian dilakukannya langkah transkripsi dari hasil rekaman menjadi tulisan.

Penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis tuturan pendakwah Muhammadiyah yang mengisi pengajian rutin hari Rabu di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Terdapat 4 pendakwah yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Dr. H. Dadang Syaripudin, MA.; Dr. Andri Moewashi IH, S.Th.I., M.M.; Muhammad Thariq Aziz, M.Pd.I.; dan H. Ade Rahmatullah, S.Ag. Dalam tabel 1. disampaikan penggunaan bahasa persuasif dakwah yang digunakan oleh pendakwah Muhammadiyah yang mengisi pengajian di Universitas Muhammadiyah Sukabumi sebagai berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Penelitian Bahasa Dakwah Persuasif

No.	Nama Pendakwah	Bahasa Dakwah Persuasif					
		Taklim dan Tarbiyah	Tadzkir dan Tanbih	Targhib dan Tabsyir	Tarhib dan Inzar	Qashash dan Riwayah	Amar dan Nahi
1	Dr. H. Dadang Syaripudin, MA.	80,95	19,05	0,00	0,00	0,00	0,00
2	Dr. Andri Moewashi IH, S.Th.I., M.M.	0,00	8,33	8,33	8,33	0,00	75,00
3	Muhammad Thariq Aziz, M.Pd.I.	50,00	12,50	18,75	0,00	6,25	12,50
4	H. Ade Rahmatullah, S.Ag.	50,00	0,00	16,67	16,67	0,00	16,67
Jumlah		45,24	9,97	10,94	6,25	1,56	26,04

Dalam pengajian rutin yang dilaksanakan pada hari Rabu, 24 Rajab 1444 H / 15 Februari 2023, pukul 13.00 – 14.00, di Masjid Al-Umm, Bapak Dadang menyampaikan materi “Dasar Hukum dan Argumen Muhammadiyah dalam Penetapan 1 Ramadan - 1 Syawal” (Argumen Syar’i, Ilmi dan Siyasi). Sebanyak 80,95 % tuturan dakwah Dr. H. Dadang Syaripudin, MA. mengandung bahasa dakwah persuasif taklim dan tarbiyah. *Taklim* dan *Tarbiyah* ini merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengajar dan mendidik. Dalam isi dakwah yang disampaikan, pendakwah memberikan pengajaran kepada mad’u mengenai penetapan 1 Ramadan dan 1 Syawal berdasarkan argumen Syar’i, Ilmi dan Siyasi. Selain Taklim dan Tarbiyah, pendakwah juga menggunakan metode *Tadzkir* dan *Tanbih* sebanyak 19,05 %. *Tadzkir* dan *Tanbih* ini merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengingatkan dan menyegarkan kembali. Dalam hal ini pendakwah mengingatkan mad’u betapa pentingnya penetapan waktu peribadatan berdasarkan metode hisab. Metode hisab tersebut berpatokan kepada matahari dan pergerakan bulan.

Bapak Andri beliau merupakan dosen di Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Beliau menjabat Rektor III Bidang Kemahasiswaan, Universitas Muhammadiyah Sukabumi, dan beliau pernah

menjadi Ketua Lembaga Al-Islam dan Kemuhammadiyah. Dalam pengajian rutin Universitas Muhammadiyah Sukabumi yang dilaksanakan pada hari Rabu, 9 Syakban 1444 H/ 1 Maret 2023, pukul 13.00-13.50, beliau menyampaikan materi mengenai "Akhlak Berorganisasi". Dalam isi pengajian tersebut ditemukan penggunaan bahasa dakwah persuasif yang digunakan yaitu *Tadzkir* dan *Tanbih* sebanyak 8,33 %, *Targhib* dan *Tabsyir* 8.33 %, dan *Amar* dan *Nahi* sebanyak 75%. Berdasarkan data tersebut pendakwah lebih sering menggunakan metode *Amar* dan *Nahi*. Gaya bahasa tersebut merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengabarkan perintah larangan.

Bapak Thariq Aziz, beliau merupakan dosen di Program Studi Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Beliau sekarang menjabat sebagai sekretaris Lembaga Al-Islam dan Kemuhammadiyah Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Dalam pengajian rutin Universitas Muhammadiyah Sukabumi yang dilaksanakan pada hari Rabu, 4 Dzulkaidah 1444 H / 24 Mei 202, pukul 13.00 sampai dengan pukul 14.00, bertempat di Masjid Al-Umm, beliau menyampaikan mengenai Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin*.

Dalam isi pengajian tersebut ditemukan penggunaan bahasa dakwah persuasif yang digunakan yaitu *Taklim* dan *Tarbiyah* sebanyak 50%, *Tadzkir* dan *Tanbih* sebanyak 12,50 %, *Targhib* dan *Tabsyir* sebanyak 18,75 %, *Qashash* dan *Riwayah* sebanyak 6,25 %, dan *Amar Nahi* sebanyak 12,50 %. Pendakwah lebih sering menggunakan bahasa dakwah yang mengarah kepada *Taklim* dan *Tarbiyah* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengajar dan mendidik.

Kemudian Bapak Ade Rahmatullah beliau bekerja di Kantor Kemenag Kota Sukabumi, pernah menjabat Kepala KUA Kecamatan Warudoyong, dan kini menjabat sebagai Kepala KUA Kecamatan Gunungpuyuh. Di Organisasi Persyarikatan beliau sekarang menjabat sebagai Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Sukabumi. Dalam pengajian yang dilaksanakan hari Rabu, 11 Dzulkaidah 1444 H / 31 Mei 2023, pukul 13.00-14.00, di Masjid Al-Umm, beliau menjelaskan mengenai praktik ibadah.

Dalam isi pengajian tersebut ditemukan penggunaan bahasa dakwah persuasif yang digunakan yaitu *Taklim* dan *Tarbiyah* sebanyak 50 %, *Targhib* dan *Tabsyir* sebanyak 16,67 %, *Tarhib* dan *Inzar* sebanyak 16,67 %, dan *Amar Nahi* sebanyak 16,67 %. Pendakwah lebih sering menggunakan bahasa dakwah yang mengarah kepada *Taklim* dan *Tarbiyah* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengajar dan mendidik.

1. Taklim dan Tarbiyah

Taklim dan *tarbiyah* merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengajar dan mendidik. Dalam ceramah Muhammadiyah, bahasa dakwah persuasif berupa taklim dan tarbiyah lebih sering muncul dibandingkan gaya bahasa dakwah lainnya. Di antaranya:

‘Hari ini saya diminta untuk mengisi materi kajian keislaman. Karena saya diminta memberikan semacam penjelasan kenapa dan bagaimana Muhammadiyah dalam menetapkan 1 syawal 1 Ramadhan dan 1 Syawal yang seringkali antar Muhammadiyah di satu pihak dengan pemerintah Kementerian Agama, plus juga dua ormas besar Nahdlatul Ulama dan Persatuan Islam itu berbeda. Bahkan perbedaan ini semenjak kriteria Miftahul Rukyat Kementerian Agama tentang itu betul-betul fokus musyawarah, Menteri Agama menetapkan kriteria baru ketinggian Hilal 4 derajat dengan sudut evaluasi 64 derajat ini perkiraan saya ini hampir nanti hampir dua tahun sekali, atau empatlah akan menjadi perbedaan sebagaimana juga sebelum tahun 2010. Bagaimana sebenarnya tuntutan dan tuntutan dalam Islam kaitan waktu-waktu peribadatan memang dalam Islam hampir semua peribadatan khususnya ibadah yang syaratnya khusus yang syarat ketentuan waktu dan tempatnya sudah ada ketentuannya, bahkan berzikir dan berdoa apapun itu dikhususkan atau diutamakan pada waktu-waktu *bukrotawasiyya...*’

Pendakwah menggunakan gaya bahasa jenis *taklim* dan *tarbiyah*. Tujuannya untuk mengajarkan atau memberikan pemahaman kepada mad'u mengenai penetapan 1 Syawal, 1 Ramadan yang dilakukan oleh Muhammadiyah. Pendakwah secara rinci memberikan pengajaran juga mengenai kriteria baru ketinggian hilal 4 derajat. Tuturan lain yang menggunakan gaya bahasa Tarbiyah sebagai berikut.

‘Kita Kembali ke visi Muhammadiyah yaitu untuk mewujudkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya ini adalah Muhammadiyah menerjemahkan rahmatan lil alamin ini karena maksud dari yang sebenar-benarnya ini sesuai dengan al-quran dan juga assunah jadi memahami rahmatan lil alamin ini mampu tidak tercermin dalam diri seorang muslim atau tidak. Karena memang orang Islam sendiri tidak mampu menunjukkan keislamannya.’

Dalam tuturan tersebut, pendakwah menggunakan gaya bahasa *taklim* dan *tarbiyah* juga untuk menyampaikan informasi tentang visi Muhammadiyah, konsep "*rahmatan lil alamin*", dan bagaimana konsep tersebut diterjemahkan oleh Muhammadiyah. Dia juga memberikan rujukan ke al-Quran dan assunah sebagai dasar dari konsep tersebut. Pendakwah mengajak mad'u untuk merenungkan apakah mereka benar-benar memahami dan merefleksikan konsep "*rahmatan lil alamin*" dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dia menantang *mad'u* untuk introspeksi dan mempertimbangkan apakah mereka benar-

benar menunjukkan identitas Islam mereka. Ini adalah upaya pendidikan dan pembinaan karakter, mengajak *mad'u* untuk lebih mendekatkan diri mereka dengan ajaran Islam. Dengan demikian, melalui kombinasi *taklim* dan *tarbiyah*, pendakwah berupaya tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga mendidik dan membina *mad'u* untuk menjadi muslim yang lebih baik dan reflektif.

2. Tadzkir dan Tanbih

Tadzkir dan *tanbih* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengingatkan dan menyegarkan kembali digunakan sebanyak 9,97%. Adapun salah satu penggunaan gaya bahasa dakwah ini sebagai berikut.

‘Karena kalau kita bicara kebijakan di perserikatan, maka sejak awal di Persyarikatan Muhammadiyah itu ketika mengambil keputusan-keputusan maka prinsipnya adalah kolektif kolegial jadi keputusan-keputusan strategis itu bukan atas dasar ide atau gagasan seseorang dan diputuskan oleh satu orang saja, ketika menyampaikan ide dan gagasan itu didiskusikan dan dibangun kolektif kolegial. Jadi bisa dipastikan tidak akan ada kepentingan pribadi yang mengesampingkan kepentingan organisasi.’

Pada tuturan tersebut pendakwah menggunakan gaya bahasa *tadzkir* dan *tanbih* dengan tujuan mengingatkan dan menyegarkan kembali bahwa kepentingan pribadi tidak seharusnya mengesampingkan kepentingan organisasi. Pendakwah mengingatkan kepada *mad'u* ketika berorganisasi bahwa penekanan pada prinsip kolektif kolegial yang mendasari keputusan strategis dalam organisasi. Ini menunjukkan bahwa keputusan dibuat berdasarkan diskusi dan konsensus grup, bukan berdasarkan ide atau gagasan individu. Dengan pendekatan *tadzkir* dan *tanbih* ini, pendakwah bisa membawa *mad'u* untuk merenung dan meresapi kembali nilai-nilai yang mendasari keberadaan organisasi dan pentingnya memprioritaskan kepentingan bersama. Contoh lain penggunaan gaya bahasa *tadzkir* dan *tanbih* sebagai berikut.

‘Ketika Islam disebut *rahmatan lil alamin* apakah umat islam mau untuk menunjukkan sebagai rahmat itu mampu tidak. Nah itu menjadi persoalan.’

Pada tuturan tersebut pendakwah menggunakan gaya bahasa *tadzkir* dan *tanbih* dengan tujuan mengingatkan dan menyegarkan kembali pemahaman *mad'u*. "Ketika Islam disebut *rahmatan lil alamin*" berfungsi sebagai pengingat tentang konsep Islam sebagai "rahmat bagi semesta alam". Ini adalah bentuk *tadzkir* di mana pendakwah mengingatkan *mad'u* tentang esensi dan nilai-nilai inti dari ajaran Islam, sedangkan pada kalimat

"apakah umat Islam mau untuk menunjukkan sebagai rahmat itu mampu tidak. Nah itu menjadi persoalan." berfungsi sebagai peringatan atau penyorotan terhadap peran dan tanggung jawab umat Islam untuk merefleksikan esensi tersebut dalam tindakan mereka di dunia nyata. Pendakwah menekankan pentingnya refleksi dan tindakan sebagai representasi dari ajaran tersebut. Dengan kombinasi kedua gaya bahasa tersebut, pendakwah efektif mengajak *mad'u* untuk merenung dan mempertimbangkan kembali peran mereka sebagai bagian dari umat Islam dalam mewujudkan konsep "*rahmatan lil alamin*" dalam tindakan sehari-hari. Contoh lain penggunaan gaya bahasa *tadzkir* dan *tanbih* yaitu sebagai berikut.

‘Jadi kalau di Muhammadiyah, mau dia anak kyai, mau dia anak direktur, mau dia anak rektor, mau dia anak ketua PP Muhammadiyah ya sama, gak ada yang berbeda. Jadi ya di Muhammadiyah emang seperti itu, egaliter.

Dalam tuturan tersebut pendakwah menggunakan gaya bahasa *tadzkir* dan *tanbih* untuk mengingatkan *mad'u* tentang prinsip egalitarianisme di Muhammadiyah. Melalui pemaparan berbagai posisi atau latar belakang seseorang (anak kyai, direktur, rektor, dll.) dan menyatakan bahwa semuanya sama, pendakwah mengingatkan *mad'u* tentang kesetaraan yang diajarkan dan diterapkan dalam organisasi Muhammadiyah, sedangkan *tanbih* pada pernyataan "gak ada yang berbeda" dan "Jadi ya di Muhammadiyah emang seperti itu, egaliter" berfungsi sebagai peringatan atau penegasan. Pendakwah menyoroti pentingnya prinsip egalitarianisme di Muhammadiyah, menekankan bahwa setiap anggota memiliki hak dan kedudukan yang sama, tanpa memandang latar belakang atau status mereka. Dengan kombinasi *tadzkir* dan *tanbih*, pendakwah mengajak *mad'u* untuk merenungkan dan memahami prinsip kesetaraan dalam organisasi Muhammadiyah dan mengajak mereka untuk menerapkan prinsip ini dalam kehidupan sehari-hari.

3. Targhib dan Tabsyir

Targhib dan *tabsyir* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menggemarkan beramal sholeh dan menyampaikan berita gembira digunakan sebanyak 10,94%. Adapun salah satu penggunaan gaya bahasa targhib dan tabsyir sebagai berikut.

‘Kalau kita ber-Muhammadiyah itu maka pastikan kita harus mendapatkan masukan, mendapatkan ide-ide gagasan itu dari banyak orang dan semua orang terlibat dalam kebijakan itu. Ketika kebijakan itu diimplementasikan insyaallah pihak-pihak yang kita libatkan dalam masukan tadi kita itu akan ikut memasukan program-program itu.’

Pada tuturan 10 pendakwah menggunakan jenis gaya bahasa targhib dan tabsyir merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menggemarkan beramal sholeh dan

menyampaikan berita gembira. Pendakwah mengatakan dalam dakwahnya serta menunjukkan langkah-langkah yang harus diambil dalam berorganisasi yaitu mendapatkan masukan, melibatkan semua orang dalam proses kebijakan, dan kemudian mengimplementasikan kebijakan dalam setiap program organisasi. Pendakwah menyoroti bahwa dalam dakwahnya membujuk mad'u bahwa ketika berorganisasi Muhammadiyah mendengarkan masukan dan pendapat dari semua orang yang terlibat dan bertujuan untuk kemaslahatan umat. Contoh lain penggunaan gaya bahasa targhib dan tabsyir yaitu sebagai berikut.

‘Kejayaan pakistan ketika masa abad ke-7 sampai abad ke-12 kita mengalami kejayaan pada masa itu ketika di dalamnya terjadi peperangan.’

Pada tuturan 1 di atas pendakwah menggunakan gaya bahasa targhib dan tabsyir dengan tujuan untuk menggemarkan beramal soleh dan berita gembira kepada mad'u. Tidak ada indikasi eksplisit dari pendakwah yang mendorong mad'u untuk melakukan tindakan tertentu berdasarkan kejayaan Pakistan pada masa lalu. Namun, dengan menyoroti kejayaan tersebut, pendakwah ingin menekankan pentingnya memahami sejarah dan mengambil pelajaran dari kejayaan masa lalu untuk mendorong tindakan positif di masa kini. Pendakwah juga menekankan "kejayaan Pakistan" selama periode tertentu bisa dianggap sebagai bentuk tabsyir jika mad'u merasa terkait dengan kejayaan tersebut. Dengan menyampaikan berita tentang kejayaan masa lalu, pendakwah memberikan rasa bangga dan penghargaan atas pencapaian tersebut. Contoh lain penggunaan gaya bahasa targhib dan tabsyir sebagai berikut.

‘Orang budaya beliau memaknai rahmatan lil alamin. Agama Islam itu non diskriminasi. Kalau kita masih ada riak-riak diskriminasi berarti kita belum rahmatan lil alamin karena dalam islam itu tidak ada hitam, putih, kaya, miskin, *inna akromakum indallahi atqokum* yang dirinya itu adalah ketakwaan kepada Allah SWT bukan karena dia berparas cantik, ganteng, putih tinggi semampai lalu dia bisa masuk surga belum tentu sedangkan yang hitam, kecil, miskin lagi tidak masuk surga jadi islam saat itu agama diskriminasi. Yang itu kenapa di barat peningkatan Islam itu tinggi.’

Pada tuturan 5 di atas pendakwah menggunakan gaya Bahasa Targhib dan tabsyir dengan tujuan untuk menggemarkan beramal soleh dan berita gembira kepada mad'u. Pendakwah menggunakan kalimat "Agama Islam itu non diskriminasi" dan "*inna akromakum indallahi atqokum* yang dirinya itu adalah ketakwaan kepada Allah SWT" untuk memotivasi mad'u agar memahami dan menerapkan prinsip kesetaraan dalam Islam.

Dengan menekankan bahwa keselamatan bukan ditentukan oleh penampilan fisik atau kekayaan tetapi ketakwaan, pendakwah mendorong audiens untuk meningkatkan ketakwaannya kepada Allah.

Kalimat yang kedua "Yang itu kenapa di barat peningkatan Islam itu tinggi" memberikan kabar gembira bahwa di Barat, banyak orang yang menghargai nilai-nilai kesetaraan dalam Islam, yang berkontribusi pada pertumbuhan Islam di sana. Ini memberikan rasa bangga dan penghargaan kepada audiens tentang kebenaran ajaran Islam dan bagaimana ia diterima di tempat lain. Dengan menggabungkan *tarhib* dan *tabisyir*, pendakwah berusaha memotivasi *mad'u* untuk mempraktikkan nilai-nilai kesetaraan dalam Islam dan sekaligus memberi kabar gembira tentang bagaimana ajaran tersebut diterima dan dihargai di seluruh dunia.

4. Tarhib dan inzar

Tarhib dan *inzar* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menakut-nakuti dan menyampaikan berita dosa digunakan sebanyak 6,25 %. Contoh lain penggunaan gaya bahasa *tarhib* dan *inzar* sebagai berikut.

‘Selanjutnya ada dua fokus yang harus ada dalam ketika kita berorganisasi yaitu komitmen dan kompetensi. Kalau kita berkomitmen maka harus dipastikan kita menjadi orang yang mungkin berperan aktif di organisasi. Alhamdulillah Tendik di fakultas ini bekerja tidak mengenal waktu Ketika melayani pelanggan. Walaupun kita perlu sadari tidak sedikit juga mahasiswa yang menyampaikan kritiknya.’

Pada tuturan 12 pendakwah menggunakan gaya bahasa *tarhib* dan *inzar* yaitu merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menakut-nakuti dan menyampaikan berita dosa. sehingga menekankan pentingnya komitmen dan kompetensi dalam berorganisasi dan berperan aktif di dalamnya. Selain itu, ada penekanan pada menerima dan memahami kritik, yang dapat dilihat sebagai dorongan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan. Pendakwah menakuti-nakuti *mad'u* untuk memperbaiki *mad'u* yang tidak berkomitmen dan tidak memiliki kompetensi dalam berorganisasi sehingga menyebutkan bahayanya yaitu akan mendapatkan kritik dari orang lain.

5. Qashash dan Riwayat

Qashash dan *riwayah* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menampilkan kisah masa lalu, kisah baik maupun kisah buruk digunakan sebanyak 1,56 %. Contoh gaya bahasa *qashash* dan *riwayah* sebagai berikut.

Kalau kita kembali belajar kesederhanaan dari buya Syafi’I, buya Syafi’I Maarif itu sangat luar biasa, bahkan anak-anaknya sendiri pun ketika mendaftarkan untuk bekerja, ya Buya Syafi’I tuh kalo biasa suka menolong lah, kalau dia mau tanda tangan dikeluarkan itu, siapapun pasti akan diterima, tapi anaknya sendiri gak dikasih tanda tangan beliau.

Pada tuturan 12 pendakwah menggunakan gaya bahasa *qashash* dan *riwayah*. Pendakwah menceritakan kisah Buya Syafi’I Maarif dengan detail. Dimulai dengan pengenalan karakter Buya Syafi’I sebagai seseorang yang luar biasa, dilanjutkan dengan cerita tentang bagaimana beliau biasa menolong dan sikapnya terhadap anak-anaknya sendiri ketika mendaftar pekerjaan. Pendakwah menyampaikan sebuah kisah atau cerita tentang Buya Syafi’I Maarif yang mungkin dia peroleh dari sumber lain, mengenai bagaimana Buya Syafi’I berprinsip dalam memberikan rekomendasi, bahkan kepada anaknya sendiri. Oleh karena itu melalui kedua gaya bahasa *qashash* dan *riwayah*, pendakwah menggunakan cerita tentang Buya Syafi’I Maarif sebagai sarana untuk menyampaikan pesan mengenai kesederhanaan, integritas, dan prinsip. Pendakwah menggunakan kisah masa lalu Buya Syafi’i Maarif bertujuan untuk memberikan pelajaran dan hikmah kepada mad’u tentang kisah baik beliau.

6. Amar dan nahi

Amar dan *nahi* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengabarkan perintah larangan digunakan sebanyak 26 %. Contoh gaya bahasa amar dan nahi sebagai berikut.

‘Ketika ada temen-temen yang berhasil memiliki prestasi yang tidak kita bisa maka berikan apresiasi jangan sebaliknya ketika orang yang berprestasi orang-orang yang tidak suka maka mengatakan ah si eta mah kitu dsb.’

Pada tuturan 2 di atas pendakwah menggunakan gaya bahasa jenis amar dan nahi dengan tujuan untuk mengabarkan perintah dan larangan kepada mad'u mengenai pemberian apresiasi kepada orang lain yang berprestasi dan jangan berpikiran buruk kepada orang yang lebih baik prestasinya. Contoh yang lain mengenai gaya bahasa amar dan nahi sebagai berikut.

‘Kalau tidak suka dengan sikap seseorang atau tidak suka dengan pemikiran seseorang maka kita bisa menyampaikannya secara langsung jangan sampai menyampaikannya di media sosial.’

Pada tuturan 3 di atas bahwa pendakwah menggunakan gaya bahasa jenis amar dan nahi dengan tujuan untuk mengabarkan perintah dan larangan kepada mad'u untuk menjaga tindakan mad'u (dalam hal ini, menyampaikan ketidaksetujuan atau kritik di media sosial) bisa mempengaruhi orang lain dan lingkungan sosial mereka dan mempertimbangkan dampak tindakan mereka pada orang lain dan lingkungan sosial mereka. Contoh lainnya mengenai gaya bahasa amar dan nahi sebagai berikut.

‘Islam tuh agama yang mudah diakses dan mudah untuk beribadah dalam Islam. Kita mau masuk islam mudah, tinggal baca syahadat selesai, dia sudah beragama islam. Ketika akan melaksanakan solat, tinggal melakukan solat, dan solatpun banyak keringanan. Ketika dalam perjalanan bisa di Jama, wudhu bisa pake tayamum, ketika sakit gak bisa berdiri maka diperbolehkan duduk, gak bisa duduk maka boleh sambil tidur.’

Pada tuturan 7 pendakwah menggunakan gaya bahasa amar dan nahi. Ada beberapa anjuran atau tata cara yang disebutkan, seperti "tinggal baca syahadat" untuk masuk Islam dan "tinggal melakukan solat" untuk melaksanakan ibadah. Namun, kata-kata ini lebih bersifat deskriptif daripada perintah. Sedangkan nahi yaitu tidak ada larangan eksplisit yang disebutkan dalam tuturan ini. Namun, ada beberapa keringanan yang diberikan dalam kondisi tertentu, seperti "ketika dalam perjalanan bisa di Jama" dan "ketika sakit gak bisa berdiri maka diperbolehkan duduk". Meskipun ini menunjukkan keringanan dalam ibadah, tetapi tidak secara langsung menjadi bentuk larangan.

D. KESIMPULAN

Dari hasil analisis penggunaan bahasa persuasif yang telah diungkapkan di atas, maka ditemukan bahwa *Taklim* dan *Tarbiyah* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengajar dan mendidik digunakan sebanyak 45,24 %, *Tadzkir* dan *Tanbih* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengingatkan dan menyegarkan kembali digunakan sebanyak 9,97%, 3. *Targhib* dan *Tabsyir* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menggemarkan beramal sholeh dan menyampaikan berita gembira digunakan sebanyak 10,94%, *Tarhib* dan *Inzar* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode menakut-nakuti dan menyampaikan berita dosa digunakan sebanyak 6,25 %, *Qashash* dan *Riwayah* yang merupakan Gaya bahasa dakwah dengan metode

menampilkan kisah masa lalu, kisah baik maupun kisah buruk digunakan sebanyak 1,56 %, dan *Amar* dan *Nahi* yang merupakan gaya bahasa dakwah dengan metode mengabarkan perintah larangan digunakan sebanyak 26 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa gaya bahasa yang bersifat mengajarkan dan mendidik lebih banyak digunakan daripada gaya bahasa persuasif lainnya, sedangkan gaya bahasa yang bersifat meriwayatkan tidak banyak digunakan oleh pendakwah Muhammadiyah.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2014). Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik , Popularitas , dan Materi di Jalan Dakwah. *ADDIN*, 8(2).
- Ahmad Suja'i, K. M. A. A. L. (2022). Urgensi Manajemen Dalam Dakwah. *Tahdzib Al-Akhlaq: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(1).
<https://doi.org/10.34005/Tahdzib.V5i1.1950>
- Amin, M. (2018). Pendidikan Multikultural. *PILAR*, 9(1).
- A'yuniyah, F., & Utomo, A. P. Y. (2022). Tindak tutur ekspresif dalam dakwah Gus Baha. *Caraka: Jurnal Ilmu Kebahasaan, Kesastraan, Dan Pembelajarannya*, 8(2). <https://doi.org/10.30738/caraka.v8i2.10450>
- Desmiyati, D., & Supriyadi, S. (2023). Analisis Keterampilan Berbicara dalam Dakwah Ustadz Hanan Attaki. *Sajak: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Sastra, Bahasa, Dan Pendidikan*, 2(1), 72–77.
- Hamdi, A. S., & Bahrudin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Deepublish.
- Jailani, I. A. (2014). Dakwah Dan Pemahaman Islam Di Ranah Multikultural. *Walisono: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 22(2), 413–432.
<https://doi.org/10.21580/ws.22.2.272>
- Kahfi, M. (2020). Peranan Muhammadiyah Sebagai Gerakan Islam Berkemajuan Di Era Modern. *Al-Risalah*, 11(2).
<https://doi.org/10.34005/alrisalah.v11i2.590>
- Lubis, M. A. (2020). Dakwah Kultural Muhammadiyah (Studi Dakwah Kultural Muhammadiyah di Gunungsitoli Nias). *An-Nahdhah: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Keagamaan*, 3(1), 102–118.
- Mega Cynthia. (2020). Pesan Dakwah Dan Gaya Bahasa Pada Lirik Lagu “Sebujur Bangkai” Rhoma Irama. *Inteleksia - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 2(1). <https://doi.org/10.55372/Inteleksiajpid.V2i1.62>
- Musahadah, Z. S., & Triyono, S. (2019). Fenomena Hijrah Di Indonesia: Konten Persuasif Dalam Instagram. *Retorika: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 12(2). <https://doi.org/10.26858/Retorika.v12i2.7874>

- Nurlaela, L. F., Boeriswati, E., & Tajuddin, S. (2022). Gaya Bahasa Komunikasi Dakwah Dalam Ceramah Syekh Sulaiman Bin Salimullah Ar Ruhaily. *Bahtera : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 21(1).
<https://doi.org/10.21009/bahtera.211.06>
- RAFIQ, MOHD. (2016). Metode Dakwah Muhammadiyah Di Kabupaten Tapanuli Selatan. *Tazkir: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 2(1).
<https://doi.org/10.24952/tazkir.v2i1.400>
- Rahman, R. R., Mukhlis, A., & Aripudin, A. (2019). Retorika dakwah Ustadz Evie Effendi di video youtube. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1).
- Salim, A. (2018). Peran dan Fungsi Dai Dalam Perspektif Psikologi Dakwah. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 8(1).
<https://doi.org/10.32505/hikmah.v8i1.401>
- Syaifuddin, M. A., Anggraeni, H., Khotimah, P. C., & Mahfud, C. (2019). Sejarah Sosial Pendidikan Islam Modern Di Muhammadiyah. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1).
- Usman, U. (2014). Muhammadiyah dan Usaha Pemahaman Al-Qur'an. *Jurnal Ushuluddin*, 21(1), 83–100.
- Zain, A. (2019). DAKWAH DALAM PERSPEKTIF AL-QUR`AN DAN AL-HADITS. *At-Taujih : Bimbingan Dan Konseling Islam*, 2(1).
<https://doi.org/10.22373/taujih.v2i1.7209>