

---

## **ANALISIS DIKSI DAN GAYA BAHASA DALAM POSTER DAKWAH PADA AKUN INSTAGRAM @BANTU\_DAKWAH**

**Muh. Heriadi<sup>1)</sup>, Tawvicky Hidayat<sup>2)</sup>**

Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan Sumenep

<sup>1)</sup>[heriyadiheriyadi12@gmail.com](mailto:heriyadiheriyadi12@gmail.com), <sup>1)</sup> [tawvicky@idia.ac.id](mailto:tawvicky@idia.ac.id)<sup>2)</sup>

**Abstrak.** Diksi merupakan istilah pemilihan kata yang sesuai, untuk mengungkapkan suatu perasaan, ide, gagasan, ataupun pendapat-pendapat lainnya. Gaya bahasa adalah cara menggunakan bahasa, yang dapat dibatasi sebagai cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa dengan memperlihatkan jiwa dan kepribadian dari orang yang mengungkapkan bahasa tersebut. Sebuah makna melekat pada sebuah kata-kata, namun kata-kata dapat memabangkitkan makna dalam pikiran seseorang.

Dalam penelitian ini mengkaji secara khusus tentang penggunaan diksi dan gaya bahasa dalam poster dakwah pada akun instgram @bantu\_dawkah. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan diksi dan gaya bahasa dalam poster dakwah beserta interpretasinya. Penelitian ini termasuk dalam penelitian diskriptif kualitatif dengan pendekatan naratif, dengan metode analisis agih, padan dan analisis wacana Teun Van Djek. Data yang terkumpul kemudian dianalisis satu persatu dengan tahap indentifikasi, klasifikasi, dan interpretasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menemukan hasil bahwa dalam poster dakwah pada akun instagram @bantu\_dakwah menggunakan diksi dalam kaidah sintaksis yang meliputi: ketepatan diksi, keselarasan diksi, dan kecermatan diksi. Serta penggunaan diksi dalam kaidah makna yang meliputi makna denotatif dan konotatif. Selain itu terdapat juga beberapa penggunaan diksi pada kata umum, populer, dan khusus. Dan peneliti menemukan penggunaan gaya bahasa retorik yang meliputi: Apofosis, repitisi, sinekdoke, kiasmus, dan polisindenton. Dan penggunaan gaya bahasa kiasan yang meliputi: hipalase, dan koreksio atau epanortosis. Dalam poster dakwah penggunaan diksi dan gaya bahasa yang sesuai dapat memberikan kesan yang menarik, kreatif, dan inovatif.

**Kata kunci :** Diksi, Gaya Bahasa, Poster

**Abstract.** *Diction is a term for choosing the right words, to express a feeling, idea, idea, or other opinions. Style is a way of using language, which can be defined as a way disclose thoughts through language with shows the soul and personality of the person who speaks the language. A meaning is attached to a word, but words can generate meaning in a person's mind. In This research examines specifically about usage diction and language style in the da'wah poster on the Instagram account @bantu\_dawkah. The purpose of this research is to find out how to use diction and language style in da'wah posters and their interpretations. This research is included in descriptive qualitative research, with the method of analysis of agih, equivalent and discourse analysis of Teun Van Djek. Collected data then analyzed one by one with the stages of identification, classification, and interpretation. In this study, the researchers found the results that in the poster da'wah on the Instagram account @bantu\_dakwah using diction in syntactic rules which include: accuracy of diction, harmony of diction, and accuracy of diction. As well as the use of diction in the rules of meaning which include denotative and connotative meanings. In addition, there are also several uses*

*of diction in general, popular, and special words. Andresearcher find the use of rhetorical language styles which include: Apophasis, repetition, synecdoche, chiasmus, and polycindenton. And the use of figurative language which includes: hypalase, and correction or epanorthosis. Dnature propaganda posterpthe use of appropriate diction and language style can give the impression of being interesting, creative, and innovative.*

**Keywords:** *Diction, Language Style, Poster*

## **PENDAHULUAN**

Diksi secara sederhana kita kenal dengan istilah pemilihan kata yang sesuai, untuk mengungkapkan suatu perasaan, ide, gagasan, ataupun pendapat-pendapat lainnya. Sehingga pesan yang kita sampaikan dapat diterima dengan baik oleh orang lain. Menurut Widyamartaya seperti yang dikutip Musa Hardianto menyatakan bahwa diksi merupakan kemampuan seseorang dalam membedakan secara tepat nuansa-nuansa makna sesuai dengan gagasan yang ingin disampaikan, dan kemampuan tersebut disesuaikan dengan situasi dan nilai rasa yang dimiliki oleh sekelompok masyarakat sebagai pendengar atau pembaca.<sup>1</sup>

Dalam ilmu komunikasi makna sebuah kata muncul dari hubungan khusus antara kata itu sendiri yang berfungsi sebagai simbol verbal, dan manusia. Sebuah makna melekat pada sebuah kata-kata, namun kata-kata dapat memabangkitkan makna dalam pikiran seseorang. Maka dalam hal ini Lewis Carroll seorang ahli matematika dan logika Inggris, sangat memperhatikan logika kata-kata dan bagaimana kata-kata merepresentasikan suatu realitas.<sup>2</sup> Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap pemaknaan suatu kata, maka diperlukanlah sebuah pemahaman tentang diksi sebagai solusi mengatasi kerumitan sebuah makna kata.

Penggunaan diksi yang tepat dan cocok, maka dapat menimbulkan kesan yang baik bagi orang lain. Penggunaan diksi yang tepat dapat menimbulkan perasaan cinta, kagum, dan lain sebagainya. Sehingga orang lain tidak akan merasa bosan disaat kita sedang berpidato, ceramah, sambutan, dan lain sebagainya. Dalam dunia tulis menulis penggunaan diksi yang tepat sangat berpengaruh untuk menarik minat pembaca. Dalam karya sastra penggunaan diksi menjadi daya tarik yang dapat menciptakan karya sastra yang bagus dan indah, seperti

---

<sup>1</sup> Musa Hardianto dkk., "Diksi Dan Gaya Bahasa pada Naskah Pidato Presiden Soekarno," *FONEMA*, vol.4, no. 2 (28 Februari 2018), hlm 89. Diakses 18 Agustus 2021, <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/pbs/article/view/761>.

<sup>2</sup> Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XII (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 280.

penggunaan diksi dalam karya puisi mempunyai hubungan yang signifikan yang saling mendukung dalam membangun puisi menjadi lebih kaya bahasa dan makna.<sup>3</sup>

Jika penggunaan diksi tidak tepat atau tidak sesuai, maka apa yang ingin kita sampaikan belum tentu akan sampai pada lawan bicara, ataupun kepada para pembaca dari tulisan kita. Penggunaan diksi yang salah akan berdampak kepada komunikator maupun penulis itu sendiri. Bisa-bisa orang lain akan benci atau tidak suka kepada kita. Sehingga pesan yang kita sampaikan tidak sesuai dengan apa yang mereka terima, bahkan tidak dipahami sama sekali oleh pembaca ataupun pendengar.

Gaya bahasa atau yang kita kenal dalam istilah retorika yakni *Style*. *Language style* dan diksi merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan keberadaannya. Kridalaksana menyatakan bahwa gaya bahasa adalah pemanfaatan atas kekayaan bahasa oleh seseorang dalam bertutur ataupun menulis. Gaya bahasa merupakan cara khas dalam menyatakan pikiran dan perasaan dalam bentuk tulisan maupun lisan.<sup>4</sup> Walaupun pemilihan diksi sudah tepat, namun jika gaya bahasa yang digunakan tidak menarik, maka tidak bergunalah diksi tersebut. Begitu pula sebaliknya dengan gaya bahasa yang tepat, tetapi diksinya kurang tepat, maka tetap saja pesan yang akan kita sampaikan kurang menarik, bahkan tidak disukai orang lain, atau khalayak.

Poster merupakan sebuah plakat ataupun pengumuman yang tersusun dari gambar dan tulisan, yang ditempelkan di dinding, tembok, mading, ataupun tempat-tempat yang strategis dan umum yang dapat diketahui oleh khalayak ramai dan dapat menarik perhatian pembaca.<sup>5</sup> Seiring dengan kemajuan teknologi, keberadaan poster tidak hanya terdapat pada dinding, mading, maupun papan-papan pengumuman saja. Tetapi saat ini poster telah tersebar luas dan kita dapat melihatnya dalam satu goresan layar melalui jaringan media sosial. Dalam media sosial kita telah dapat menemukan berbagai macam poster dengan segala macam jenis pesannya. Baik yang berisi ujaran kebencian, politik, bahkan saat ini

---

<sup>3</sup> Kristiana Rizqi Rohmah Dkk., "Hubungan Antara Penguasaan Diksi Dan Kreativitas Verbal Dengan Keterampilan Menulis Puisi Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama," *Jurnal S2 Pendidikan Bahasa Indonesia*, Vol.1, No. 1 (5 Oktober 2016), hlm 64, Diakses 19 Agustus 2021, <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/S2indo/article/view/9204>.

<sup>4</sup> Fajar Alamsyah dkk., "Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Ceramah Agama Tengku Hanan Attaki," *Bahasantodea*, vol.5, no. 2 (30 April 2017), 14.

<sup>5</sup> Santoso, "Diksi dan Gaya Bahasa Pada Poster Dakwah Karya Muslim Designer Community di Facebook" (Skripsi, Universitas Jember, 2016). Hlm. 4

poster telah menjadi media dan strategi baru bagi para *da'i* dalam menyampaikan peran dakwahnya.

Kegiatan berdakwah merupakan kewajiban setiap umat Islam, yang telah memasuki usia baligh, serta mempunyai akal yang sehat. Dakwah dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mempunyai arti, penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.<sup>6</sup> Dalam praktek pelaksanaan dakwah, dakwah terbagi menjadi tiga yakni: *Dakwah bil hal, dakwah bil lisan, dan dakwah bil qalam.*

Berdasarkan apa yang telah disebutkan di atas, maka berdakwah menggunakan poster bisa menjadi salah satu pilihan, karena poster merupakan karya visual yang bisa menarik perhatian masyarakat. Baik dikalangan remaja, dewasa, bahkan orang tua sekalipun. Agar poster dakwah dapat diakses oleh orang banyak, maka poster dapat disebarakan melalui media sosial, salah satunya *Instagram*. Seperti yang dilakukan oleh akun *instagram* yang bernama @bantu\_dakwah.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Berdasarkan judul penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek rasional maupun pemahaman yang secara mendalam terhadap suatu masalah, dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi.<sup>7</sup>

Dari definisi di atas penelitian kualitatif merupakan penelitian yang objeknya pada sesuatu yang bersifat alamiah, dan peneliti menjadi instrumen kunci. Berkaitan dengan hal tersebut, maka penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan naratif, dengan menggunakan analisis data dalam memecahkan masalah.

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penentuan lokasi penelitian merupakan tempat yang dapat membantu dalam memperoleh data yang berhubungan penelitian yang akan dilakukan. Berhubung dalam penelitian ini diperoleh melalui penelusuran online di media sosial *Instagram*, maka

---

<sup>6</sup> <https://kbbi.web.id/>, diakses 05 Juli 2021

<sup>7</sup> Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 28.

lokasi penelitian ini tidak terikat dengan tempat tertentu, namun bersifat online. Kurun waktu dalam penelitian ini berlangsung dari bulan Oktober 2021 sampai dengan Januari 2022.

### **C. Sumber Data**

Dalam penelitian kualitatif sumber data utama ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan data seperti dokumen, dan lain-lain. Berkaitan dengan hal ini jenis datanya dibagi ke dalam kata-kata dan tindakan, sumber data tertulis, foto dan statistik.<sup>8</sup> Dalam penelitian sumber data merupakan hal yang sangat urgen, karena mampu memberikan jawaban atau dalam kata lain dapat memberikan relevansi antara data dengan pokok permasalahan dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian kualitatif dapat berasal dari informan, tempat atau lapangan, dokumen-dokumen, dan peristiwa.

Berkaitan dengan penelitian ini maka sumber datanya berasal dari dokumen yakni poster dakwah yang diupload oleh akun instagram @bantu\_dakwah. Berdasarkan observasi peneliti, dalam akun instagram @bantu\_dakwah terdapat 138 postingan poster dakwah, yang dibuat oleh pemilik akun sendiri. Oleh karena itu agar suatu penelitian dapat dilakukan secara mudah, efektif, dan efisien, diperlukan pemilihan sumber data tertentu yang sekiranya dapat mewakili keseluruhan sumber data yang ada, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling.

Sampling dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul. Oleh sebab itu pada penelitian kualitatif tidak ada sampel acak, tetapi sampel bertujuan (*purposive sample*).<sup>9</sup> Selain itu, sebagai penguat dari penelitian ini, peneliti juga mengambil beberapa data yang bersumber dari jurnal, buku, skripsi, ataupun penelitian terdahulu.

### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Tahap pengumpulan data merupakan langkah awal dalam melakukan penelitian dengan mempersiapkan data-data yang diperlukan sesuai dengan konteks atau fokus penelitian yang akan diteliti. Dalam tahap penyediaan atau pengumpulan data hendaknya data tersebut, merupakan data yang valid tanpa ada rekayasa ataupun tidak

---

<sup>8</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, Cet.XXX (Bandung: Rosdakarya, 2016), 157.

<sup>9</sup> Ibid. 224.

sesuai dengan realita. Dalam tahap pengumpulan data seorang peneliti harus melakukannya dengan cara sistematis, terencana dan teratur. Sehingga data yang dikumpulkan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan.

Untuk memudahkan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan *purposive sample*, peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil atas dasar pertimbangan tertentu. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 10 poster dakwah yang ada dalam postingan akun instagram @bantu\_dakwah, yang ditentukan berdasarkan jumlah like terbanyak yaitu dengan jumlah like berkisaran 1.580 sampai 16.743.

Selanjutnya setelah data-data terkumpul, peneliti melakukan klasifikasi berdasarkan pada fokus penelitian atau rumusan masalah berdasarkan tujuan dari penelitian ini. Berhubung fokus penelitian ini ada dua, maka data-data yang telah dikumpulkan akan diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Yakni: klasifikasi data untuk analisis diksi, dan yang kedua klasifikasi data untuk analisis gaya bahasa.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul, maka tahap selanjutnya yang dilakukan oleh seorang peneliti yakni tahap analisis data. Tahap analisis data merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam menyelesaikan atau menangani secara langsung masalah dalam penelitian dengan data-data yang telah dikumpulkan. Moleong mengemukakan bahwasannya analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-memilihnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.<sup>10</sup>

Berkaitan dengan penelitian ini peneliti melakukan analisis data menggunakan metode analisis wacana dan interpretasi teks. Metode ini digunakan untuk mengetahui makna dan pesan yang tersirat dalam diksi dan gaya bahasa pada poster dakwah. Bugin mengemukakan bahwa analisis wacana merupakan metode analisis untuk mengetahui

---

<sup>10</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. 248

makna dan pesan yang tersirat dalam suatu wacana.<sup>11</sup> Teori analisis wacana yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Teun A. Van Dijk.

Dalam teori Teun A. Van Dijk, menurutnya suatu teks terdiri atas beberapa struktur atau tingkatan yang saling mendukung. Adapun struktur-struktur tersebut yaitu; struktur makro yang merupakan makna global dari suatu teks, superstruktur yang merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, dan struktur mikro yang merupakan makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai dalam suatu teks.<sup>12</sup>

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil temuan penelitian di atas maka telah dideskripsikan secara menyeluruh tiap-tiap variabel atau yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Beberapa catatan penting terkait dengan penemuan penelitian yang diseleraskan dengan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

Dalam metode analisis data teori Teun A. Van Dijk struktur dari sebuah teks tersebut dapat terbagi menjadi tiga struktur yakni struktur makro yang mengamati suatu teks dari segi temantik atau tema yang ditekankan dalam teks tersebut, superstruktur yang mengamati tentang skemantik bagaimana urutan dan bagaimana teks disusun atau dikemas, selanjutnya struktur mikro yang diamati tentang semantik yakni makna yang ditekankan dalam teks tersebut dan sintaksis bagaimana bentuk susunan yang dipilih.

Berkaitan dengan hal tersebut maka peneliti akan membahas terkait dengan hasil yang ditemukan dalam penelitian ini.

### **1. Struktur Makro**

Struktur makro merupakan makna global atau umum dari suatu teks dengan melihat tema atau topik yang didepankan dalam suatu teks. Pada data pertama tema yang ditekankan dalam poster dakwah tersebut adalah tentang anjuran pernikahan. Hal tersebut terlihat dari kalimat yang terdapat dalam poster tersebut "**Menikah itu yang penting sah bukan wah**" selain itu topik atau tema terlihat juga pada *Caption* dalam postingan poster dakwah tersebut "*Brother Dan Sister Pasti Dah Tau Dong Anjuran Nikah*

---

<sup>11</sup> Bugin, M. B, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana, 2008), 188.

<sup>12</sup> Umi Halwati, "Analisis Teun A. Van Dijk Dalam Kajian Wacana Teks Dakwah di Media massa," *Jurnal Komunika*, Vol.5, No. 1 (2011), 7.

*Di Bulan Syawwal*". Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana bahwasannya bulan syawwal merupakan bulan yang dianjurkan untuk menikah bagi umat islam.

Pada data kedua, tema yang ditekankan adalah tentang keadaan hati yang sudah dipenuhi oleh maksiat. Hal tersebut terlihat dari kalimat atau teks yang terdapat dalam poster dakwah "***Jika Hati Sudah Mengeras Maka Keringlah Air Mata***", selain itu dipertegas juga pada *caption* yang terdapat dalam poster dakwah tersebut. Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana bahwasannya jika seseorang sudah terlalu sering mengerjakan maksiat maka tidak akan ada lagi penyesalan atau kesedihan dalam dirinya.

Pada data ketiga, terlihat tema yang ditekankan dalam poster tersebut tentang perasaan kecewa disaat takdir tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Seperti teks yang tertera dalam poster dakwah tersebut "***Allah Hancurkan Rencanamu Sebelum Rencanamu Menghancurkanmu***". Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana bahwasannya tidak semua apa yang direncanakan atau apa yang diharapkan akan sesuai dengan apa yang ditentukan oleh Allah SWT.

Pada data keempat, tema yang ditekankan adalah Allah sang maha pencipta. Seperti apa yang terdapat dalam teks dalam poster tersebut "***Allah Sudah Ada, Sebelum Kata Ada Itu Ada***". Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana bahwasannya Allah adalah Tuhan yang maha menciptakan bukan diciptakan.

Pada data kelima, tema yang ditekankan adalah keadaan seseorang yang terlalu menyibukkan diri dengan media sosial. Seperti apa yang terdapat dalam teks dalam poster dakwah tersebut "***Aku Terlalu Lama Hidup Di Dunia Maya, Sehingga Sekarang Al-Qur'an Terasa Asing Bagiku***". Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana.

Pada data keenam, tema yang ditekankan adalah kewajiban umat islam untuk saling nasehat menasehati. Seperti apa yang terdapat dalam teks dalam poster dakwah tersebut "***Menasehati Itu Mudah Yang Susah Itu Menerima Nasehat***". Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu

wacana bahwasanya kebanyakan orang pandai bernasehat namun pada dirinya sulit untuk menasehati orang lain.

Pada data ketujuh, tema yang ditekankan pada poster dakwah tersebut tentang keadaan seseorang yang terlalu Sibuk dengan fisik, harta, dan duniawi namun lupa untuk memperbaiki hatinya, sikap, dan sifatnya. Hal tersebut seperti yang disampaikan dalam teks dalam poster dakwah tersebut ***“Sibuk Perbaiki Rupa Lupa Perbaiki Hati”***. Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana yang sedang berkembang dikalangan masyarakat.

Pada data kedelapan, tema yang ditekankan pada poster dakwah tersebut tentang pengharapan dan pertolongan hanyalah kepada Allah. Hal tersebut seperti yang disampaikan dalam teks dalam poster dakwah tersebut ***“Semoga Allah Menurunkan Hujan Lebat, Dan Mengangkat Bencana Asap Di Negeri Ini”***. Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana tentang bencana yang sedang berkembang di suatu Negara.

Pada data kesembilan, tema yang ditekankan pada poster dakwah tersebut tentang keharusan untuk bekerja untuk mencari rezeki yang halal. Hal tersebut seperti yang disampaikan dalam teks dalam poster dakwah tersebut ***“Yang Terpenting Bukan Pekerjaan Tetap, Tetapi Tetap Bekerja Mencari Yang Halal”***. Dalam pemelihan tema atau topik tersebut dapat digambarkan sebagai bagian informasi penting dari suatu wacana dalam kehidupan sosial.

Pada data kesepuluh, tema yang ditekankan pada poster dakwah tersebut tentang setiap orang sudah memiliki rezeki masing-masing. Hal tersebut seperti yang disampaikan dalam teks dalam poster dakwah tersebut ***“Tidak Semua Orang Mempunyai Gaji, Tetapi Semua Orang Pasti Punya Rezeki”***.

Dari hasil analisis di atas pemilihan tema atau topik dalam poster dakwah dapat digambarkan sebagai bagian dari informasi penting dari suatu wacana yang memainkan peranan penting sebagai pembentuk kesadaran masyarakat dalam kehidupan sosial. Topik menunjukkan informasi paling penting atau inti pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator, ataupun seorang da’I atau seorang desainer.

## 2. Superstruktur

Superstruktur memiliki bagian yang disebut dengan skemantik yang merupakan wacana umum yang berkaitan dengan bagaimana suatu teks disusun. Dalam data yang

telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, setiap teks disusun dengan dua bagian atau dua klausa pada bagian pertama berisi sebuah pernyataan dan pada klausa kedua bisa berisi suatu penyangkalan atau penegasan terhadap pernyataan yang pertama. Seperti contoh pada data pertama terdapat sebuah pernyataan "*menikah itu yang penting sah*" dan pada bagian kedua "*bukan wah*" yang berfungsi sebagai penegasan atau penekanan.

Selanjutnya diberikan gambar sebagai bacround dari poster dakwah tersebut sesuai dengan topik atau tema yang diangkat. Kemudian setiap poster dakwah yang posting di akun Instagram @bantu\_dakwah diberi penjelasan pada *caption* yang tertera pada bawah poster.

### 3. Struktur Mikro

Dalam struktur mikro merupakan struktur wacana yang mengamati makna wacana dari bagian kecil suatu teks. Dalam struktur mikro ini terdapat 4 bagian yakni sintaksis, stilistik, semantik dan retorik. Adapaun pembahasan dari 4 bagian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### a. Sintaksis

Sintaksi dalam teori wacana milik Van Dijk dikaitkan dengan bagaimana pemilihan kata atau kalimat dalam suatu teks.<sup>13</sup> Pemakaian atau pemilihan kata tertentu dalam sebuah media yang dipahami oleh Teun A. Van Dijk merupakan bagaian dari strategi komunikasi.

Dalam kaidah diksi bahwasannya kata itu dapat dibedakan menjadi tiga kaidah, yakni: kaidah kata dalam segi makna yang terdiri dari makna konotatif dan makna denotatif. Kaidah kata dari segi sintaksis meliputi ketepatan diksi, keselarasan diksi, dan kecermatan diksi. Yang terakhir kaedah kata dalam kaidah sosial yang meliputi kata tutur, dan kata prokem atau kata gaul.

Dari hasil penelitian di atas ditemukan bahwa dalam poster dakwah pada akun instagram @bantu\_dakwah pemilihan kata yang digunakan adalah pemilihan kata atau diksi dalam kaidah makna lebih banyak menggunakan kata yang bermakna denotatif dari pada kata yang bermakna konotatif. Dn penggunaan pemilihan kata dalam kaidah sintaksis yang meliputi ketepatan diksi, keselarasan diksi, dan kecermatan diksi.

---

<sup>13</sup> eriyanto

Penggunaan kata bermakna denotatif digunakan untuk memberikan gambaran jelas kepada para pembaca dari poster dakwah tersebut agar tidak muncul persepsi-persepsi atau imajinasi lain dari pembaca. Seperti contoh penggunaan kata denotatif pada kata *Sah* dan *Wah* pada kalimat yang terdapat pada Data (1) "*Menikah Itu Yang Penting Sah Bukan Wah*".

Dalam KBBI kata **sah** memiliki makna sesuatu yang dilakukan menurut hukum. Dan kata **wah** mempunyai makna merujuk pada kata seru atau megah.<sup>14</sup> Dalam Kaidah sintaksis kata *sah* dan *wah* dalam kalimat tersebut merupakan pemilihan kata yang tepat dibandingkan dengan sinonim kata yang lainnya, dan kata tersebut mengandung makna denotatif yakni kata yang mengandung makna yang sebenarnya.

Selanjutnya pemilihan kata yang bermakna konotatif digunakan untuk digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang dapat diinterpretasikan oleh pembaca itu sendiri. Seperti yang terdapat pada Data (3) "*Allah Hancurkan Rencanamu Sebelum Rencanamu Mengancurkanmu*". Dalam kata tersebut terdapat dua pemilihan kata atau penggunaan diksi yakni **Hancurkan** dan **Rencana**.

Dalam KBBI kata *hancurkan* bermakna sebuah perbuatan untuk merusak, dan kata *rencana* bermakna sesuatu yang akan dilakukan.<sup>15</sup> Dan jika dilihat kata *hancurkan* sebelumnya terdapat kata Allah yang tidak menghancurkan sesuatu seperti yang dibayangkan oleh manusia, jadi secara kaidah makna kata *hancurkan* dan *rencana* dalam kalimat tersebut mengandung makna konotatif, dan secara sintaksis kata tersebut lebih tepat dan selaras dengan kata lainnya.

#### b. Stilistik

Stilistik merupakan gaya bahasa yang digunakan seorang pembicara/penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana.<sup>16</sup> Dalam buku Goys Keraf tentang diskursus dan gaya bahasa disebutkan bahwa secara umum gaya bahasa terbagi menjadi dua macam yakni: gaya bahasa retorik, dan gaya bahasa kiasan.<sup>17</sup>

Dari hasil penelitian dalam penelitian ini penggunaan gaya bahasa dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dalam poster dakwah meliputi gaya bahasa

---

<sup>14</sup> KBBI

<sup>15</sup> KBBI

<sup>16</sup> Eriyato

<sup>17</sup> Goys Keraf

retoris yakni: asonasi, kiasmus, repitasi, polisindenton, dan koreksio. dan penggunaan gaya bahasa dalam kiasan yang meliputi: sinekdoke dan hipalase. Penggunaan gaya bahasa retoris bertujuan agar dapat memberikan kesan halus dan indah dari pembaca dalam poster dakwah tersebut.

Seperti yang terdapat dalam Data (2) *"Allah Itu Sudah Ada Sebelum Kata Ada Itu Ada"*. Dalam poster tersebut menggunakan gaya bahasa repitasi, karena Dalam kalimat tersebut terdapat dua bagian kalimat yang pertama *Allah sudah ada*, dan yang kedua *sebelum kata ada itu ada*. Karena pada kalimat tersebut terdapat pengulangan kata yakni pada kata dan terdapat penekanan pada kata Ada yang kedua diberi penekanan dengan warna hijau dan tanda petik dua.

Pada data (6) *"Menasehati Itu Mudah Yang Susah Itu Menerima Nasehat"*. Dalam kalimat tersebut terdiri dari dua bagian bagian pertama *menasehati itu mudah*, dan bagian yang kedua yang *susah itu menerima nasehat*. Gaya bahasa yang digunakan dalam kalimat tersebut adalah gaya bahasa kiasmus, karena pada kedua bagian tersebut terdapat frasa yang sama yang mempunyai makna yang sama tetapi berlainan kedudukannya.

Selanjutnya penggunaan gaya bahasa kiasan dalam poster dakwah untuk menyampaikan suatu pesan secara kreatif, imajinatif, dan menarik. Seperti yang terdapat pada Data (5) *"Aku Terlalu Lama Di Dunia Maya Sehingga Sekarang Al-Qur'an Terasa Asing Bagiku"*. Dalam kalimat tersebut terdiri dari dua klausa *Aku terlalu lama di dunia maya* dan *Sekarang Al-Qur'an terasa asing bagiku*. Pada klausa pertama terdapat kata aku yang mewakilkan untuk menyatakan keseluruhan orang-orang yang sibuk dengan media sosial. Maka gaya bahasa yang digunakan dalam kalimat tersebut adalah gaya bahasa sinekdoke.

Selanjutnya pada Data (7) *"Sibuk Perbaiki Rupa Lupa Perbaiki Hati"*. Dalam kalimat tersebut terdapat kata perbaiki yang seharusnya digunakan dalam kata lain, tetapi dalam kalimat poster tersebut digunakan untuk menggambarkan keadaan rupa dan hati.

### c. Semantik

Semantik merupakan skema milik Van Dijk yang dikategorikan sebagai makna lokal, yakni makna yang muncul dari hubungan antar kalimat yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks seperti makna yang eksplisit dan implisit.

Semua strategi semantik selalu dimaksudkan untuk menggambarkan diri sendiri atau kelompok secara positif, sebaliknya jika menggambarkan kelompok orang lain secara buruk, sehingga menghasilkan makna yang berlawanan, kebaikan atau hal-hal yang positif mengenai diri sendiri digambarkan dengan jelas. Sebaliknya, ketika menggambarkan kebaikan orang lain disajikan dengan pendek, implisit, dan samar-samar.<sup>18</sup>

Seperti yang terdapat pada data (7) *"Sibuk Perbaiki Hati Lupa Perbaiki Diri"*. Makna yang ditekankan atau pesan dakwah yang disampaikan adalah sesungguhnya Allah tidak menilai hambanya dari keindahan dan kecantikan rupa dan penampilannya, tetapi Allah menilai atau melihat hambanya dari amal perbuatannya. Sebagaimana yang telah Sabda Rasulullah SAW. Dalam sebuah hadist:

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صَوْرِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ

*"Sungguh Allah tidak melihat rupa dan harta kalian, melainkan melihat hati dan amal kalian."* (HR Muslim).<sup>19</sup>

Selain itu terdapat pula pada data (8) *"Semoga Allah Menurunkan Hujan Lebat Dan Mengangkat Bencana Asap Di Negeri Ini"*. Makna yang ditekankan dalam poster dakwah tersebut yakni setiap bencana datangnya dari Allah, maka bersabar dan mintalah pertolongan kepada Allah SWT. Sebagaimana yang telah disebutkan di dalam Al-Qur'an yakni:

وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالشَّمْرَاتِ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ  
الَّذِينَ إِذَا أَصَابَتْهُمُ مُصِيبَةٌ قَالُوا إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ

*"Dan sungguh akan Kami uji kamu dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. Dan sampaikanlah kabar gembira kepada orang-orang yang bersabar, Yaitu orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka*

<sup>18</sup> Eriyanto

<sup>19</sup>

mengucapkan: *"Inna lillahi wa inna ilaihi raji'un (Sesungguhnya kami milik Allah, dan kepadanya kami akan kembali)"* (Q.S Al-Baqarah: 155-156).

d. Retoris

Retoris memiliki fungsi persuasif yang berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Strategi pada tahap retorik ini adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara/menulis.<sup>20</sup> Dalam tahap retorik ini, dapat dilihat bahwa cara yang dapat dilakukan untuk menyampaikan suatu nasehat atau pesan dakwah dapat dikemas dengan kata-kata atau kalimat yang sederhana yang lazim digunakan di masyarakat namun memiliki daya tarik tersendiri karena didukung oleh gambar-gambar visual yang sesuai dengan apa yang disampaikan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat kita lihat pada data (9) *"Yang Terpenting Bukan Pekerjaan Tetap, Tetapi Tetap Bekerja Mencari Yang Halal"*. Secara retorik pesan dakwah yang ditekankan adalah bahwa manusia atau umat agama islam sangat dianjurkan untuk berusaha mencari rezeki yang halal untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Mukhtashar Minhajul Qashidin<sup>21</sup>

إِيَّاكَ وَكَسْبَ الْحَرَامِ، فَإِنَّا نَصْبِرُ عَلَى الْجُوعِ وَلَا نَصْبِرُ عَلَى النَّارِ

*"Jauhi olehmu penghasilan yang haram, karena kami mampu bersabar atas rasa lapar tapi kami tak mampu bersabar atas neraka."* (Mukhtasar Minhajul Qashidin).

Dan terdapat pula pada data (10) *"Tidak Semua Orang Mempunyai Gaji, Tetapi Semua Orang Pasti Punya Rezeki"*. Secara retorik pesan dakwah yang disampaikan adalah setiap manusia telah dibekali dengan rezekinya masing-masing, maka walaupun manusia tidak memiliki gaji tetapi mereka sudah mempunyai rezeki tersendiri. Sebagaimana yang telah ditegaskan dalam Al-Qur'an.

وَمَا مِنْ دَابَّةٍ فِي الْأَرْضِ إِلَّا عَلَى اللَّهِ رِزْقُهَا وَيَعْلَمُ مُسْتَقَرَّهَا وَمُسْتَوْدَعَهَا ۗ كُلٌّ فِي كِتَابٍ مُبِينٍ

*"Dan tidak ada satupun makhluk bergerak (bernyawa) di muka bumi melainkan semuanya telah dijamin rezekinya oleh Allah. Dia mengetahui tempat kediaman dan*

<sup>20</sup> ibid

<sup>21</sup> Ibnu Qudamah, *Terjemahan Mukhtashar Minhajul Qashidin*, Cet.I., terj. Abu Abdillah Wates (Yogyakarta: Attuqa, 2017).99

*tempat penyimpanannya. Semua itu (tertulis) dalam Kitab yang nyata (Lauh Mahfuzh)"*  
**(QS. Hud: 6).**

Dari hasil analisis tersebut maka dapat diketahui bahwa dengan adanya poster dakwah ini dapat merubah persepsi masyarakat terhadap permasalahan-permasalahan yang terjadi dikalangan masyarakat serta dapat membuka pandangan masyarakat bahwasannya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai macam media tidak hanya dengan media khutbah, ceramah, ataupun pidato.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini bahwa dalam poster dakwah pada akun instagram @bantu\_dakwah menggunakan diksi dalam kaidah sintaksis yang meliputi: ketepatan diksi, keselarasan diksi, dan kecermatan diksi. Serta penggunaan diksi dalam kaidah makna yang meliputi makna denotatif dan konotatif. Selain itu terdapat juga beberapa penggunaan diksi pada kata umum, populer, dan khusus.

Selanjutnya dalam poster dakwah yang dibuat oleh akun instagram @bantu\_dakwah peneliti menemukan penggunaan gaya bahasa retorik yang meliputi: Apofosis, repitasi, dan polisindeton. Dan penggunaan gaya bahasa kiasan yang meliputi: hipalase, dan koreksio atau epanortosis, dan metafora. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan diksi dan gaya bahasa dalam poster dakwah pada akun instagram @bantu\_dakwah memiliki beberapa tujuan yakni:

1. Dalam poster dakwah lebih banyak menggunakan diksi yang mengandung makna denotatif dengan tujuan supaya pembaca dapat memahami secara tepat pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam poster tersebut. Selanjutnya penggunaan diksi yang mengandung makna konotatif digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang dapat diinterpretasikan oleh pembaca itu sendiri. Dalam poster dakwah juga menggunakan kata yang bersifat populer, umum, dan khusus untuk menghasilkan ketepatan, keselarasan, dan kecermatan diksi dalam menyampaikan suatu pesan dakwah melalui poster.
2. Penggunaan gaya bahasa secara retorik dan secara kiasan digunakan agar memberikan kesan yang indah kepada pembaca. Serta agar mudah diingat dan dipahami oleh pembaca karena pada dasarnya poster merupakan gabungan dari karya visual atau gambar dengan tulisan-tulisan singkat.

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan juga bahwa penggunaan poster dakwah dalam media sosial merupakan sarana atau strategi baru untuk berdakwah pada zaman milenial ini. Sehingga kita sebagai umat islam tetap berperan sebagai pendakwah meski tidak melalui media ceramah ataupun khutbah. Serta dapat menyebarkan nilai-nilai positif kepada pengguna media sosial seperti: instagram, facebook, twitter, line, dan lain sebagainya. sebagaimana yang disebutkan dalam AL-Qur'an:

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

*Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Al-Imran:104).*

**DAFTAR PUSTAKA**

Musa Hardianto dkk., *"Diksi Dan Gaya Bahasa pada Naskah Pidato Presiden Soekarno,"* FONEMA, vol.4, no. 2 (28 Februari 2018), hlm 89. Diakses 18 Agustus 2021, <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/pbs/article/view/761>.

Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Cet. XII (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008).

Kristiana Rizqi Rohmah Dkk., *"Hubungan Antara Penguasaan Diksi Dan Kreativitas Verbal Dengan Keterampilan Menulis Puisi Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama,"* Jurnal S2 Pendidikan Bahasa Indonesia, Vol.1, No. 1 (5 Oktober 2016), hlm 64, Diakses 19 Agustus 2021, <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/S2indo/Article/View/9204>.

Fajar Alamsyah dkk., *"Diksi Dan Gaya Bahasa Dalam Ceramah Agama Tengku Hanan Attaki,"* Bahasantodea, vol.5, no. 2 (30 April 2017).

Santoso, *"Diksi dan Gaya Bahasa Pada Poster Dakwah Karya Muslim Designer Community di Facebook"* (Skripsi, Universitas Jember, 2016).

<https://kbbi.web.id/>, diakses 05 Juli 2021

Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*, Cet.XXX (Bandung: Rosdakarya, 2016).

Bugin, M. B, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Kencana, 2008).

Umi Halwati, *"Analisis Teun A.Van Dijk Dalam Kajian Wacana Teks Dakwah di-Media massa,"* Jurnal Komunika, Vol.5, No. 1 (2011).

Ibnu Qudamah, *Terjemahan Mukhtashar Minhajul Qashidin*, Cet.I., terj. Abu Abdillah Wates (Yogyakarta: Attuqa, 2017).