

**GAYA BAHASA PENYAJIAN KONTEN KEAGAMAAN
DALAM RUBRIK SAJIAN UTAMA DI MAJALAH SUARA
MUHAMMADIYAH**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Disusun oleh:
Nisa Ahsanu Nadia
NIM 22102010015**

**Dosen Pembimbing:
Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP 19640923 199203 2 001**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nisa Ahsanu Nadia
NIM : 22102010015

Judul Skripsi : Gaya Bahasa Penyajian Konten Keagamaan dalam Rubrik Sajjian Utama di Majalah Suara Muhammadiyah

skripsi tersebut sudah memenuhi syarat:

- o Bebas dari unsur plagiarisme.
- o Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- o Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Skripsi yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 05 Mei 2026

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi


Dra. Hj. Fvi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001


Saptoni, S.Ag., M.A
NIP. 19730221 199903 1 002

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-845/Un.02/DD/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : GAYA BAHASA PENYAJIAN KONTEN KEAGAMAAN DALAM RUBRIK SAJIAN UTAMA DI MAJALAH SUARA MUHAMMADIYAH

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NISA AHSANU NADIA
Nomor Induk Mahasiswa : 22102010015
Telah diujikan pada : Rabu, 20 Mei 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a1c23d4f3ec



Penguji I

Dra. Anisah Indriati, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6a1a0942bc33a



Penguji II

Irawan Wibisono, M.L.Kom
SIGNED

Valid ID: 6a1939a5c6ffe



Yogyakarta, 20 Mei 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.L.S.
SIGNED

Valid ID: 6a1e42b10067f

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisa Ahsanu Nadia
NIM : 22102010015
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: "GAYA BAHASA PENYAJIAN KONTEN KEAGAMAAN DALAM RUBRIK SAJIAN UTAMA DI MAJALAH SUARA MUHAMMADIYAH" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 05 Mei 2026

Yang menyatakan,



Nisa Ahsanu Nadia

22102010015

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban.” (QS. Al-Isra’[17]: 36)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada
civitas akademika UIN Sunan Kalijaga,
kedua orang tua dan adik tersayang,
serta semua pihak yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat.



ABSTRAK

Nisa Ahsanu Nadia (22102010015), *Gaya Bahasa Penyajian Konten Keagamaan dalam Rubrik Sajian Utama di Majalah Suara Muhammadiyah, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2026.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan karakteristik gaya bahasa serta analisis retorika dakwah yang digunakan dalam rubrik Sajian Utama Majalah Suara Muhammadiyah selama periode Januari-Juli 2025. Penelitian ini fokus pada bagaimana pilihan kata (diksi), struktur kalimat, dan gaya retorik digunakan untuk mengonstruksi narasi kepada pembacanya.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi yang menggunakan teori retorika Aristoteles. Data primer dalam penelitian ini berupa teks artikel pada Rubrik Sajian Utama Majalah Suara Muhammadiyah edisi 07 ‘Syawal yang Menghidupkan’ terbit 1–15 April 2025, edisi 08 ‘Wasathiyah Berkemajuan’ terbit 16–30 April 2025, edisi 10 ‘Harmoni Keluarga di Era Digital’ terbit 16–31 Mei 2025, serta edisi 11 ‘Pengajian Jangan Kehilangan Ruh’ terbit 1–15 Juni 2025 pada tahun ke-110. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahap identifikasi gaya bahasa dan analisis fungsi retorik (ethos, pathos, logos), .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rubrik Sajian Utama mengintegrasikan tiga elemen retorika secara sistematis. Pembangunan ethos dilakukan melalui penggunaan diksi otoritas keilmuan dan rujukan tokoh besar yang memperkuat kredibilitas majalah sebagai panduan umat. Strategi logos tercermin dalam penyusunan argumen rasional, berbasis data, serta interpretasi ayat suci secara kontekstual. Sementara itu, elemen pathos dimunculkan melalui gaya bahasa metaforis dan repetisi yang menyentuh empati serta menggugah kesadaran kolektif pembaca.

Simpulan penelitian menegaskan bahwa gaya bahasa dalam Suara Muhammadiyah berfungsi sebagai instrumen penguat identitas ideologis. Sinergi antara kredibilitas lembaga (ethos), kekuatan logika (logos), dan kedekatan emosional (pathos) berhasil mentransformasikan doktrin agama menjadi narasi mencerahkan. Penelitian ini berkontribusi pada studi komunikasi penyiaran Islam, khususnya mengenai teknik persuasi media dakwah cetak dalam menghadapi tantangan zaman.

Kata Kunci: Gaya Bahasa; Retorika Dakwah; Sajian Utama; Suara Muhammadiyah.

ABSTRACT

Nisa Ahsanu Nadia (22102010015), Linguistic Style of Religious Content Presentation in the 'Sajian Utama' Column of Suara Muhammadiyah Magazine, Thesis, Yogyakarta: Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta, 2026.

This study aims to identify and describe the characteristics of language style and the rhetoric analysis of enlightenment dakwah used in the "Sajian Utama" rubric of Suara Muhammadiyah Magazine during the January-July 2025 period. This research focuses on how word choice (diction), sentence structure, and rhetorical style are utilized to construct narratives for its readers.

The research method employed is descriptive qualitative with a content analysis approach, focusing on Aristotle's rhetorical theory. The primary data in this study are in the form of article texts in the Sajian Utama Column of Suara Muhammadiyah Magazine, edition 07 'Syawal yang Menghidupkan' published on 1–15 April 2025, edition 08 'Wasathiyah Berkemajuan' published on 16–30 April 2025, edition 10 'Harmoni Keluarga di Era Digital' published on 16–31 May 2025, and edition 11 'Pengajian Jangan Kehilangan Ruh' published on 1–15 June 2025 in its 110th year. Data collection was conducted through documentation techniques. Data analysis proceeded through stages of identifying language styles and analyzing rhetorical functions (ethos, pathos, and logos).

The results indicate that the "Sajian Utama" rubric systematically integrates three rhetorical elements. The construction of ethos is achieved through the use of scholarly authoritative diction and references to prominent figures, strengthening the magazine's credibility as a guide for the community. The logos strategy is reflected in the formulation of rational, data-based arguments and the contextual interpretation of holy verses. Meanwhile, the pathos element is evoked through metaphorical language styles and repetition that touch upon empathy and arouse the collective consciousness of the readers.

In conclusion, this study affirms that the language style in Suara Muhammadiyah functions as an instrument to strengthen ideological identity. The synergy between institutional credibility (ethos), logical strength (logos), and emotional resonance (pathos) successfully transforms religious doctrine into an enlightening narrative. This research contributes to the study of Islamic Broadcasting Communication, particularly regarding persuasion techniques in print media dakwah facing contemporary challenges.

Keywords: *Language Style; Dakwah Rhetoric; Sajian Utama; Suara Muhammadiyah.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “GAYA BAHASA PENYAJIAN KONTEN KEAGAMAAN DALAM RUBRIK SAJIAN UTAMA DI MAJALAH SUARA MUHAMMADIYAH” dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis penggunaan gaya bahasa dalam penyajian konten keagamaan pada rubrik Sajian Utama di Majalah Suara Muhammadiyah, sehingga dapat memberikan pemahaman mengenai karakteristik penyampaian pesan keagamaan dalam media tersebut.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis dapat menempuh dan menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi ini.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S., atas dukungan dan kebijakan yang memfasilitasi proses akademik penulis selama masa perkuliahan.

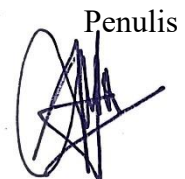
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saptoni, M.A., atas arahan dan dukungan dalam menunjang kelancaran studi penulis.
4. Dosen Pembimbing Akademik, Dra. Anisah Indriati, M.Si., untuk bimbingan, arahan, serta motivasi selama menjalani proses perkuliahan.
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si., atas kesediaan waktu, kesabaran, serta ketelitian dalam memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang konstruktif selama proses penyusunan skripsi ini. Bimbingan yang diberikan tidak hanya membantu dalam penyelesaian penelitian, tetapi juga memperkaya wawasan dan cara berpikir penulis dalam mengkaji suatu permasalahan secara ilmiah.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga atas ilmu, bantuan, serta pelayanan yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak Edy Purmanto dan Ibu Faridatul Muyasaroh atas doa yang tiada henti, kasih sayang yang tulus, dan segala bentuk pengorbanan dan dukungan, baik moril maupun materil, yang tidak pernah terputus dalam setiap langkah kehidupan penulis. Serta adik, Nisa Qonita Azka untuk dukungan yang senantiasa menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan setiap proses hingga tersusunnya skripsi ini.

8. Mbah kung dan mbah uti, yang meskipun telah tiada, namun doa, kasih sayang, dan nilai-nilai kehidupan yang ditanamkan tetap menjadi kekuatan bagi penulis.
9. Keluarga Besar Penulis yaitu mbah bebek, Om, tante, pakde, dan budhe serta sepupu penulis atas doa, dukungan, dan kehangatan yang diberikan kepada penulis.
10. Bapak Sumarno dan Ibu Pultinah sebagai orang tua kedua di Yogyakarta serta keluarga besar kos sanggar tiban atas kebaikan, perhatian, dan kenyamanan yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Yogyakarta.
11. Sahabat penulis sejak mahasiswa baru yaitu Kofifah Tiara Pramuditha, Dini Aghnny Khoiriyah, Maylafafira Yuan, Nazla Khaerunnisa, dan Nurul Yaumil yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama di Yogyakarta. Kebersamaan yang terjalin, cerita yang tercipta, serta dukungan yang tidak pernah surut dalam berbagai fase kehidupan telah mewarnai hari-hari penulis di Yogyakarta dan menjadi kekuatan untuk terus bertahan hingga sampai pada tahap ini.
12. Rekan PK IMM Fakultas Dakwah dan Komunikasi periode 2024/2025 yang telah mewarnai perjalanan perkuliahan penulis. Kebersamaan, dinamika, serta latar belakang yang sama menjadikan organisasi ini sebagai rumah kedua bagi penulis, tempat bertumbuh, berbagi, dan saling menguatkan.

13. Teman-teman KKN 188 Tegalweru atas kebersamaan, dukungan, dan pengalaman berharga yang telah dilalui bersama, yang turut menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas setiap bantuan, doa, dan dukungan yang telah diberikan. Segala kebaikan tersebut menjadi bagian penting dalam proses penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai penutup, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian komunikasi dan penyajian konten keagamaan.

Yogyakarta, 24 April 2026

Penulis


Nisa Ahsanu Nadia

NIM 22102010015

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

GAYA BAHASA PENYAJIAN KONTEN KEAGAMAAN DALAM RUBRIK SAJIAN UTAMA DI MAJALAH SUARA MUHAMMADIYAH.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Kajian Pustaka.....	6
F. Kerangka Teori.....	9
G. Metode Penelitian	16
1. Jenis dan pendekatan Penelitian.....	16
2. Fokus Penelitian	17
3. Teknik Pengumpulan Data.....	18
4. Teknik Validasi Data.....	19
5. Teknik Analisis Data.....	19
H. Sistematika Pembahasan	20
BAB II PROFIL MAJALAH SUARA MUHAMMADIYAH DAN RUBRIK SAJIAN UTAMA.....	23
A. Majalah Suara Muhammadiyah	23
1. Sejarah Majalah Suara Muhammadiyah.....	23

2.	Visi, Misi, dan Orientasi Dakwah Suara Muhammadiyah	24
3.	Klasifikasi Pembaca dan Karakter Media	25
4.	Eksistensi dan Keunikan Majalah Suara Muhammadiyah	26
B.	Rubrik Sajian Utama	27
1.	Profil Rubrik Sajian Utama	27
2.	Edisi dan Data Penelitian.....	28
3.	Sinopsis Setiap Edisi Rubrik Sajian Utama.....	31
BAB III ANALISIS FUNGSI PERSUASIF GAYA BAHASA DALAM PENYAMPAIAN PESAN KEAGAMAAN PADA RUBRIK SAJIAN UTAMA MAJALAH SUARA MUHAMMADIYAH		33
A.	Gaya Bahasa dalam Rubrik Sajian Utama Majalah Suara Muhammadiyah	36
1.	Gaya Bahasa di Setiap Edisi Rubrik Sajian Utama	41
2.	Jenis Gaya Bahasa yang Ditemukan dalam Setiap Edisi Rubrik Sajian Utama.	51
B.	Fungsi Retoris Gaya Bahasa dalam Memengaruhi Pembaca	63
Bab IV Kesimpulan dan Saran.....		78
A.	Kesimpulan	78
B.	Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN		88

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media cetak seperti majalah dianggap memiliki keunggulan dalam memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif kepada pembacanya, terutama untuk penyampaian materi yang kompleks.¹ Selain itu, efektivitas penggunaan media cetak bagi para pembacanya memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran dan membuka pemikiran yang kritis.² Salah satu media cetak yang berisi konten keagamaan adalah majalah Suara Muhammadiyah yang tetap menunjukkan eksistensinya sebagai media dakwah persyarikatan Muhammadiyah.

Sebagai media dakwah cetak, Majalah Suara Muhammadiyah tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga menjadi sarana komunikasi dakwah kepada masyarakat. Melalui berbagai rubrik yang disajikan, majalah ini membangun komunikasi dengan pembaca melalui penyampaian pesan yang argumentatif, persuasif, dan kontekstual sesuai dengan isu sosial maupun keagamaan yang berkembang. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan Majalah Suara Muhammadiyah tidak hanya berperan sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media transmisi pesan keislaman yang berupaya membangun pemahaman

¹ Zaini, "Dakwah Melalui Media Cetak (Analisis Isi Rubrik Mutiara Islam Majalah Ummi)," *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016),. hlm.59.

² Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi* (Simbiosis Rekatama Media, 2010), <https://cir.nii.ac.jp/crid/1971149384796776983>. hlm.161-163.

dan kedekatan dengan pembacanya. Majalah Suara Muhammadiyah memiliki tujuan untuk menjadi sumber bacaan yang bermakna dan bermanfaat bagi seluruh umat Islam. Secara khusus, majalah ini memfokuskan pada anggota persyarikatan Muhammadiyah sebagai kelompok utama pembacanya dengan cara memberikan bacaan yang relevan bagi warga Muhammadiyah, sambil tetap membuka ruang bagi pembaca dari kalangan yang lebih luas.³

Majalah Suara Muhammadiyah telah menggunakan strategi manajemen yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi.⁴ Suara Muhammadiyah secara konsisten merilis majalah cetak serta edisi situs web. Selain mempertahankan relevansi dengan audiens yang ada, transformasi ini bertujuan untuk menarik audiens baru, terutama generasi muda, dengan menyajikan konten keagamaan yang modern dan dapat diakses.⁵ Pengembangan ini menunjukkan bahwa majalah Suara Muhammadiyah tidak hanya tersebar di dalam komunitas persyarikatan Muhammadiyah sendiri, tetapi juga berusaha untuk menarik perhatian muslim lain yang tertarik dengan pemikiran, gerakan, dan dakwah Muhammadiyah, potensi ini dapat bermanfaat sebagai rujukan ketika Suara Muhammadiyah menentukan kebijakan redaksionalnya.⁶

³ Filosa Gita Sukmono and Fajar Junaedi, "Manajemen Konten dan Adaptasi Suara Muhammadiyah di Era Digital," *Jurnal Komunikasi Global* 9, no. 2 (2020): 248–65, <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i2.17845>.

⁴ *Ibid.*, hlm. 250.

⁵ *Ibid.*, hlm. 259.

⁶ Hasyim, M. (2008). Dakwah Bertingkat Majalah Suara Muhammadiyah. *Jurnal Dakwah UIN Sunan Kalijaga*, 9(1), 81–97. <https://doi.org/10.14421/jd>

Salah satu rubrik yang ada di majalah Suara Muhammadiyah adalah Sajian Utama dengan fokus utamanya adalah keagamaan dan berkaitan dengan prespektif kehidupan, rubrik Sajian Utama juga menjadi tema atau judul yang diangkat dalam majalah tersebut. Maka dalam prakteknya, penyajian konten keagamaan yang ditampilkan dalam media harus beragam dan tidak monoton. Perlunya pemilihan gaya bahasa yang tepat sehingga konten keagamaan yang disajikan dapat menarik dan pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh audiens.

Konten keagamaan dalam media dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi keislaman, tetapi juga sebagai sarana komunikasi antara media dan masyarakat. Dalam proses komunikasi dakwah, bahasa menjadi alat transmisi pesan yang berperan penting dalam membangun pemahaman, kedekatan, dan penerimaan pembaca terhadap nilai-nilai keagamaan yang disampaikan.⁷ Oleh karena itu, penyajian konten keagamaan memerlukan strategi komunikasi yang tepat agar pesan dakwah dapat tersampaikan secara efektif, komunikatif, dan sesuai dengan konteks sosial masyarakat.

Oleh karena itu, gaya bahasa (*style*) tidak hanya berfungsi sebagai pemanis teks tetapi juga merupakan strategi retorik penting untuk memastikan bahwa pesan tersebut persuasif, mudah dicerna, dan mempengaruhi pembaca secara positif, emosional dan kognitif.⁸ Keberhasilan dakwah tulis ini bergantung pada penggunaan

⁷ Olpy Nopy Yanti et al., "Strategi Komunikasi Dakwah Bahasa Sebagai Instrumen Persuasif Di Majelis Taklim Ikhtiar," *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* 9, no. 10 (2025), <https://sejurnal.com/pub/index.php/jikm/article/view/1924>.

⁸ Gorys Keraf Dr, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Gramedia Pustaka Utama, 2009). hlm.129.

diksi yang khas, majas yang kuat (seperti menggunakan metafora untuk menjelaskan konsep tauhid), atau bahkan variasi struktur kalimat.⁹

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya kajian yang menyoroti penyampaian pesan-pesan keagamaan melalui media cetak, khususnya majalah, dari segi gaya bahasa yang digunakan. Studi yang dilakukan oleh Budi yang mengkaji pesan dakwah (akidah, syariah, akhlak) dalam Majalah Suara Muhammadiyah pada tahun 2019¹⁰ serta penelitian yang dilakukan oleh Agus Saifuddin Amin dan Putri Sita Fazira pada 2022 yang menganalisis pesan dakwah dalam rubrik opini Majalah An-Nisa' edisi Maret 2020.¹¹ Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa analisis isi dan tema pesan keagamaan mendominasi kajian di media cetak. Oleh karena itu, aspek kebahasaan yang berperan dalam menghidupkan dan memperkuat pesan, khususnya gaya bahasa (*style*), belum banyak mendapat perhatian. Selama ini, sebagian besar penelitian cenderung berfokus pada analisis isi atau tema pesan keagamaan, sementara aspek kebahasaan yang berperan dalam menghidupkan dan memperkuat pesan belum banyak mendapat perhatian.

Penelitian ini memfokuskan pada cara penulis menyampaikan pesannya lewat gaya bahasa menganalisis bagaimana pesan-pesan keagamaan disampaikan melalui

⁹ Enung Nurhayati et al., "Dakwah Islam Melalui Karya Sastra," *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama* 2, no. 2 (2020): 105–12, <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v2i2.7303>.

¹⁰ Budi Budi, "Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Majalah Suara Muhammadiyah Rubrik Bina Akhlak Edisi Maret 2016-Maret 2017," *DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI*, December 31, 2019, <https://idr.uin-antasari.ac.id/13704/>.

¹¹ Agus Saifuddin Amin and Putri Sita Fazira, "Pesan Dakwah Pada Rubrik Opini Majalah An-Nisa' Edisi Maret 2020," *Bayan Lin-Naas: Jurnal Dakwah Islam* 6, no. 1 (2022): 63–76, <https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v6i1.897>.

media cetak khususnya majalah dari segi gaya bahasa yang digunakan. Untuk membedah dan mengidentifikasi secara sistematis bagaimana elemen-elemen kebahasaan ini bekerja dan menghasilkan efek tertentu, penelitian ini berpegangan pada teori Retorika.¹²

Peneliti menggunakan rubrik Sajian Utama majalah Suara Muhammadiyah sebagai objek penelitian. Melihat dari usia dan eksistensi Suara Muhammadiyah yang tidak hanya sebagai majalah milik salah satu ormas terbesar di Indonesia yaitu Muhammadiyah, melainkan konsistensinya dalam menyiarkan keagamaan dari masa ke masa menjadikannya arsip penting bagi studi sejarah pemikiran Islam modern di Indonesia, dan menunjukkan kemampuan adaptasi komunikasinya dari masa ke masa. Rubrik Sajian Utama dipilih karena merupakan arena utama Suara Muhammadiyah dalam menyajikan isu-isu teologis, sosial, dan politik yang paling krusial, membutuhkan strategi komunikasi yang paling cermat dan efektif.

Penelitian ini menggunakan teori retorika untuk memahami bagaimana pemilihan jenis gaya bahasa dapat menunjukkan ciri khas atau keunikan dari sebuah tulisan pada rubrik Sajian Utama di Suara Muhammadiyah. Dalam hal ini, peneliti akan mengidentifikasi jenis gaya bahasa yang digunakan serta menelaah relevansi makna yang digunakan dalam penyajian konten keagamaan di rubrik Sajian Utama

¹² Dmitry S. Khrumchenko, "The Power of Synergy in Discourse: Exploring Persuasive Language in English Mass Media," *Indonesian Journal of Applied Linguistics* 13, no. 2 (2023): 368–79, <https://doi.org/10.17509/ijal.v13i2.63068>.

majalah Suara Muhammadiyah sehingga tulisan yang ditampilkan tidak hanya bersifat informatif, tapi juga mampu menyentuh.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan dalam rubrik Sajian Utama majalah Suara Muhammadiyah?
2. Bagaimana fungsi retorik dari gaya bahasa tersebut dalam upaya memengaruhi, meyakinkan, atau menggerakkan pembaca Majalah Suara Muhammadiyah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui jenis gaya bahasa yang digunakan serta menjelaskan fungsi retorik (*ethos, pathos, dan logos*) pada rubrik Sajian Utama di majalah Suara Muhammadiyah.

D. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis yaitu penelitian ini memberikan kontribusi pada teori retorika, khususnya analisis gaya bahasa dalam wacana media keagamaan.
2. Aspek Praktis yaitu memberikan masukan kepada redaksi Majalah Suara Muhammadiyah maupun media lainnya mengenai penyajian konten dengan gaya dan struktur retorik yang sesuai dengan karakter pembaca.

E. Kajian Pustaka

Pada bagian ini, peneliti akan menjabarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang akan diteliti.

Dalam menyajikan sebuah tulisan ataupun konten di media, penting untuk menentukan gaya bahasa yang tepat agar pesan dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Gaya bahasa disebut sebagai aspek penting dalam dunia jurnalisme karena pemilihan gaya bahasa yang tepat dalam penyajian berita mencerminkan konsep kritis pemikiran penulis untuk pembaca.¹³ Selain itu, pemilihan gaya bahasa pada konten berbasis humor atau meme menggambarkan intensionalitas kreator sebagai wadah eksperisi dalam meme.¹⁴ Namun, pada penelitian ini tidak menjelaskan secara spesifik kualitas estetika meme secara mendalam melalui gaya bahasa.

Dalam kolom opini surat kabar harian Radar Tarakan ditemukan penerapan penggunaan gaya bahasa perbandingan seperti metafora, perifrasi, personifikasi, pleonasme, alegori, dan perumpamaan (perumpamaan). Komponen gaya bahasa dalam kolom opini surat kabar harian Radar Tarakan memiliki koneksi yang kuat antara konten yang disajikan dengan bahasa yang dipilih dalam menciptakan efek khusus untuk pembaca.¹⁵ Studi – studi tersebut menunjukkan bahwa gaya bahasa memiliki keterkaitan erat dengan perspektif pembaca.

Pesan dakwah dan gaya bahasa merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan. Penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Fatimah tentang Estetika Bahasa

¹³ Hartati, “Penggunaan Gaya Bahasa pada Media Berita Online Kompas| Jurnal Ilmiah Nusantara,” 2024, <https://www.ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jinu/article/view/4042>.

¹⁴ Kurniawan Aprian, “Gaya Bahasa dalam Meme Indonesia: Kajian Stilistika Sastra” (other, Universitas Diponegoro, 2017), <https://eprints.undip.ac.id/55531/>.

¹⁵ Siti Fathonah, “Penggunaan Gaya Bahasa Pada Kolom Opini Dalam Surat Kabar Harian Radar Tarakan,” *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 9, no. 2 (2023): 1221–28, <https://doi.org/10.37905/aksara.9.2.1221-1228.2023>.

Dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik pada 2023, mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa estetika dicirikan oleh interaksi suara yang khas dan berbagai gaya linguistik, yang membuat menarik dan berpengaruh.¹⁶ Namun, dalam peneliti ini unsur estetika tidak pada suara ataupun getsur melainkan pada pemilihan gaya bahasa dalam sebuah teks.

Retorika merupakan unsur yang berpengaruh terhadap penerimaan pesan kepada komunikan. Penerapan lima kanon retorika yaitu *inventio*, *dispositio*, *elocutio*, *memoria*, dan *pronuntiatio* dalam acara aslam puisi membuktikan bahwa kanon ini dapat meningkatkan berbicara di depan umum serta efektivitas puisi.¹⁷ Selain itu, penggunaan kanon retorika dalam dakwah lisan dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada para jamaah.¹⁸ Dari sini, penelitian menempati posisi yang sejalan, namun berbeda fokus. Retorika pada penelitian terdahulu menitikberatkan pada strategi penyampaian lisan, maka penelitian ini berfokus pada penggunaan retorika dalam media cetak.

Retorika dalam penulisan ditemukan pada penyusunan kata, kalimat, dan pemilihan gaya bahasa yang digunakan untuk mempengaruhi pembaca. Salah satu media cetak dakwah adalah majalah Suara Muhammadiyah. Berusia lebih dari satu

¹⁶ Khusnul Fatimah et al., "Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik," *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra* 9, no. 2 (2023): 1068–89, <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2906>.

¹⁷ Olga Koswanurfan Dianka and Deavvy M. R. Y. Johassan, "Penerapan Kanon Retorika dalam Unmasked Poetry Open Mic Periode Februari 2018," *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis* 8, no. 1 (2020): 1–8, <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.644>.

¹⁸ Ach Tofan Alvino, "Retorika Dakwah KH Syukron Djazilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya," *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 73–84, <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.8255>.

abad, majalah Suara Muhammadiyah berkomitmen menjadi wadah dakwah, sosial, dan isu-isu kontemporer.¹⁹ Hal ini membuat majalah Suara Muhammadiyah memiliki pengaruh signifikan dari segi pemahaman agama bagi pembacanya dan salah satu faktornya terletak pada isi dan gaya penulisan yang digunakan.²⁰

Penelitian-penelitian terdahulu cenderung fokus pada gaya bahasa editorial atau retorika dakwah lisan. Dengan demikian, posisi penelitian ini adalah mengisi kekosongan dengan memfokuskan secara spesifik pada retorika dalam gaya bahasa Majalah Suara Muhammadiyah, Rubrik Sajian Utama, sebagai representasi komunikasi tertulis organisasi keagamaan modern dan upaya memahami cara media dakwah tersebut mempengaruhi pembacanya melalui pilihan bahasa.

F. Kerangka Teori

1. Teori Retorika

Secara umum, Retorika diartikan sebagai seni berbicara dan menulis yang digunakan untuk mengajak atau mempengaruhi audiens melalui pesan yang disampaikan.²¹ Dalam retorika, Aristoteles menyatakan ada 3 faktor yang dimiliki

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA

¹⁹ Irma Ayu Kartika Dewi and Khoirina Nur Khikmah, "Siyar Di Media Massa: Potret Dakwah Organisasi Muhammadiyah Dalam Majalah Adil Tahun 1974-1979; Broadcasting in the Mass Media: Portrait of Muhammadiyah Organization Da'wah in Adil Magazine 1974-1979," *Journal of Islamic History* 2, no. 2 (2022): 136–57, <https://doi.org/10.53088/jih.v2i2.407>.

²⁰ Rini Rini and Masseni Masseni, "Pengaruh Membaca Majalah Suara Muhammadiyah Dalam Rubrik Wawasan Keislaman Terhadap Pemahaman Keagamaan Masyarakat Di Kota Sorong," *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 1 (2021): 70–83, <https://doi.org/10.47945/al-hikmah.v1i1.479>.

²¹ Jalaluddin Rakhmat, *Retorika modern: pendekatan praktis* (Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2000). hlm.2.

komunikator untuk mempengaruhi audiens yaitu etika (*ethos*), mampu menyentuh emosi audies (*pathos*), dan pemikiran (*logos*).²²

Etika (*ethos*) merujuk pada kredibilitas sumber atau penulis.²³ Dalam gaya bahasa, ethos menunjukkan kewibawaan yaitu penggunaan diksi formal dan bahasa yang digunakan mencerminkan konsistensi ideologi organisasi karena majalah Suara Muhammadiyah merupakan syiar dakwah persyarikatan Muhammadiyah.

Mampu menyentuh emosi audies (*pathos*) dapat dilihat dari penggunaan majas yang kuat seperti majas perbandingan (metafora atau simile) untuk menjelaskan konsep tauhid, pemilihan diksi yang emosional, dan penyampaian narasi atau contoh deskriptif untuk mempengaruhi perubahan perilaku pembaca berdasarkan *amar ma'ruf nahi munkar*. *Pathos* tidak hanya melihat bagaimana penulis menyampaikan pesan tertulis, tapi juga bagaimana tulisan tersebut dapat menyentuh dan meninggalkan kesan mendalam bagi pembaca.²⁴

Pemikiran (*logos*) yaitu penggunaan fakta, bukti, data, dan argumentasi logis untuk meyakinkan pembaca.²⁵ Dalam penyajian konten keagamaan di

²² ²² Rakhmat, *Retorika modern.*, hlm. 7.

²³ Putri Kinasih, "Penerapan Retorika Aristoteles Sebagai Strategi Persuasi Pesan Layanan Masyarakat Oleh Gen Alpha | Transformasi Masyarakat : Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian," 2025. Hlm. 38.

²⁴ Shafira Zulkarnaini et al., "Teknik Retorika dalam penggunaan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di Youtube," *JB I : Jurnal Bahasa Indonesia* 2, no. 2 (2024): 74–81.

²⁵ Shafira Zulkarnaini et al., "Teknik Retorika dalam penggunaan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di Youtube," *JB I : Jurnal Bahasa Indonesia* 2, no. 2 (2024): 74–81, hlm. 75.

majalah Suara Muhammadiyah data yang digunakan adalah dalil Al-qur'an dan hadist serta gaya bahasa penjelas untuk menjelaskan tafsir, akidah, dan fikih.

Pada dasarnya, teori Retorika menyediakan kerangka kerja untuk menganalisis persuasi (ajakan, pengaruh) dalam komunikasi, yang pada penelitian ini adalah dakwah melalui tulisan yang ada pada rubrik Sajian Utama Majalah Suara Muhammadiyah. Analisis ini tidak hanya melihat kata yang tertulis, tetapi juga niat, perasaan, dan tujuan yang tersembunyi di balik setiap ungkapan. Serta, bagaimana konten yang disajikan dalam rubrik Sajian Utama mampu mengajak dan mempengaruhi pembaca agar tetap memegang teguh nilai-nilai Islam.

Dalam kajian retorika, konten keagamaan idealnya tidak hanya menyampaikan ajaran agama secara informatif, tetapi juga mampu membangun komunikasi yang persuasif dan efektif kepada khalayak.²⁶ Melalui teori retorika Aristoteles, penyampaian pesan keagamaan dipandang perlu memuat unsur ethos, pathos, dan logos agar pesan dapat diterima dengan baik oleh pembaca.

Proses ini melibatkan pengumpulan data tentang bagaimana kata, kalimat, dan gaya disusun, lalu menggambarkan dengan jelas setiap elemen tersebut. Dengan cara ini, peneliti tidak hanya melihat teks sebagai rangkaian kata biasa, tetapi sebagai karya yang kaya akan pilihan bahasa yang bermakna, yang mencerminkan keunikan dan pesan yang ingin disampaikan oleh penulis.

²⁶ Azmi Ulul and Candra Krisna, "Efektivitas Komunikasi Lembaga Dakwah Islam," *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah* 1 (2025), <https://doi.org/10.61341/idarah/v1i1.001>.

Hasil dari penelitian ini akan membuka khazanah baru terkait gaya bahasa sebagai sarana komunikasi dan penyampaian pesan dakwah kepada pembaca, khususnya dalam media dakwah cetak²⁷ Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana penyampaian pesan keagamaan dikomunikasikan secara persuasif, komunikatif, dan kontekstual melalui Majalah Suara Muhammadiyah

Teori ini membahas bagaimana bahasa bisa diciptakan dan dimanfaatkan dengan cara yang kreatif dan penuh makna, sehingga komunikasi menjadi lebih hidup, menarik, dan mampu menyentuh perasaan serta pikiran pembaca dengan lebih dalam.²⁸ Dengan demikian, konten keagamaan yang ideal tidak hanya berfokus pada isi pesan keislaman, tetapi juga pada cara penyampaian pesan agar lebih komunikatif, kontekstual, persuasif, dan relevan dengan kondisi masyarakat. Dalam konteks media dakwah, pendekatan retorika menjadi penting untuk mendukung efektivitas komunikasi antara media dan pembaca.

2. Tinjauan Tentang Teori Retorika

Dalam retorika, lima prinsip dasar (kanon) dalam membentuk komunikasi yang persuasif dan efektif yang meliputi menentukan materi (*inventio*), penataan sistematis (*dispositio*), gaya (*elocutio*), ingatan (*memoria*), dan penyampaian (*pronuntiatio*).²⁹ Penelitian ini memfokuskan pada *elocutio*. *Elocutio* adalah seni

²⁷ Burhan Nurgiantoro, *Stilistika* (UGM PRESS, 2018). Hlm. 75-76.

²⁸ Burhan Nurgiantoro, *Stilistika* (UGM PRESS, 2018),.hlm.77

²⁹ "How You Use the 5 Canons of Classical Rhetoric," ThoughtCo, accessed October 9, 2025, <https://www.thoughtco.com/the-5-canons-of-classical-rhetoric-1691771>.

memilih kata dan menyusun kalimat untuk mencapai efek persuasif, yang mana manifestasinya adalah Gaya Bahasa.³⁰

Penerapan *elocutio* dalam media cetak berfungsi sebagai daya tarik bagi pembaca melalui susunan gaya bahasa. Maka dalam prakteknya, *elocutio* menjadi penting diterapkan dalam media cetak karena aspek dari media cetak terletak pada kekuatan tulisan dan bahasa. Oleh karena itu, *elocutio* tidak hanya tentang nilai estetika media cetak, tetapi juga menjadi alat untuk mengukur efektivitas komunikasi persuasif media cetak dalam menyajikan konten di era digital ini.

Maka dari itu, pada penelitian ini peneliti akan mengaitkan gaya bahasa dengan teori retorika, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang penulisan pada media cetak.

3. Tinjauan Tentang Gaya Bahasa

a. Pengertian Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah cara seseorang mengekspresikan pikirannya melalui kata-kata yang dipilih dan disusun dengan cara tertentu. Gaya ini bukan sekadar alat komunikasi, melainkan cerminan kepribadian dan jiwa sang penulis. Melalui gaya bahasa, pembaca bisa merasakan siapa sebenarnya penulis itu melalui penyampaian pesan yang unik dan khas. Gaya bahasa menjadi jembatan yang menghubungkan hati penulis dengan hati pembaca, membawa warna dan kehidupan dalam setiap kalimat yang tertulis.

³⁰ Zainul Maarif, *Retorika: Metode Komunikasi Publik (Rhetorics: Public Communication Method)* (Rajawali Press, 2015). Hlm. 89.

b. Jenis – Jenis Gaya Bahasa

1) Gaya Bahasa Berdasarkan Struktur Kalimat

Gaya bahasa terbentuk dari susunan sebuah kalimat dengan pola kata yang teratur dan mengalir.³¹ Dalam hal ini, gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat yang diteliti melingkupi:

- a) Klimaks. Dalam gaya bahasa, klimaks tersusun dari kalimat yang bersifat periodik dengan gagasan yang bertingkat sehingga di setiap paragrafnya terasa semakin berbobot.³² Dalam menyajikan sebuah tulisan pada media cetak tidak lepas dengan penggunaan gaya bahasa klimaks, klimaks dimaksudkan sebagai penekanan pada isi pesan dan bertujuan agar konten yang disajikan terlihat lebih persuasif.
- b) Pararelisme adalah penggunaan kata yang komponen dan fungsinya selaras pada sebuah tulisan agar kalimat terlihat lebih kaya akan bahasa sehingga terlihat lebih ringkas dan mudah dicerna.³³ Penggunaan gaya bahasa pararelisme dalam media cetak biasanya terdapat pada judul ataupun rubrik yang bersifat opini dan motivasi supaya menarik perhatian pembaca.

³¹ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 124.

³² Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 124-125.

³³ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 126.

2) Gaya Bahasa Berdasarkan Langsung Tidaknya Makna

- a) Metafora adalah gaya bahasa yang bertujuan untuk membuat gambaran lebih kuat dan mendalam sebuah konten dengan membandingkan dua hal secara langsung tanpa kata penghubung.³⁴
- b) Simile adalah perbandingan dua kata secara langsung dengan menggunakan kata penghubung.³⁵ Melalui gaya simile, penulis dapat menyampaikan isi pesan yang terlihat nyata dan konkret dan pembaca dapat menangkap isi pesan yang dimaksud penulis dengan jelas karena simile bersifat lebih eksplisit atau tidak berbelit-belit.
- c) Personifikasi adalah gaya bahasa yang memberi sifat manusia pada benda mati atau sesuatu yang bukan manusia, supaya terasa hidup dan berperasaan.³⁶ Dalam media cetak, gaya bahasa personifikasi digunakan pada tulisan yang bernuansa emosional dan puitis supaya pesan tersebut memberikan kesan emosional bagi pembaca.

3) Gaya Bahasa Berdasarkan Pilihan Diksi

Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata (diksi) terlihat dari cara penulis memilih dan menggunakan kata-kata dalam tulisannya, hal ini diterapkan sesuai konteks dan tujuan komunikasi penulis dengan pemilihan gaya bahasa baku ataupun non-

³⁴ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 129.

³⁵ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 138.

³⁶ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009., hlm. 140.

baku.³⁷ Pemilihan diksi yang tepat merupakan komponen penting dan berpengaruh terhadap pesan yang akan disampaikan.

Penggunaan gaya bahasa baku dalam konten keagamaan di majalah digunakan untuk menjaga keutuhan makna agama yang disampaikan. Sedangkan gaya bahasa non-baku digunakan agar terkesan akrab dengan pembaca dan membuat tulisan menjadi lebih ekspresif dan ringan.³⁸

Dalam penyajian konten keagamaan di majalah juga ditemukan istilah bahasa Arab yang digunakan untuk konsep-konsep dalam agama Islam supaya memberi kesan spiritual dan meningkatkan nilai keagamaan pada tulisan tersebut.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.³⁹ Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang berfokus menganalisis fenomena dari pemahaman, sudut pandang, maupun pendapat orang dan hasil analisis yang didapat berupa deskripsi bukan angka atau non-kuantitatif.⁴⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam gaya bahasa yang banyak ditemukan dan fungsinya pada rubrik Sajian Utama Suara Muhammadiyah dalam menyajikan konten keagamaan. hasil yang didapat berupa

³⁷ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009, hlm. 140.

³⁸ Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009., hlm. 1117-119.

³⁹ Muhammad Hasan et al., "*Metode Penelitian Kualitatif*," Penerbit Tahta Media, 2023, <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/182>.

⁴⁰ Adhi Kusumastuti and Ahmad Mustamil Khoiron, *Metode penelitian kualitatif* (Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019). hlm. 3-4.

deskripsi naratif yang menjelaskan pola, jenis, dan fungsi gaya bahasa yang ditemukan, tanpa perlu menguji hipotesis.

2. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua fokus utama yang saling terkait, yaitu bagaimana elemen-elemen stilistika berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dalam konten keagamaan yang terdapat di rubrik Sajian Utama majalah Suara Muhammadiyah dalam teori retorika. Kedua fokus ini membantu pemahaman penggunaan bahasa yang selektif dalam membangun komunikasi yang bermakna dan efektif dalam konteks religius tertentu, yaitu:

- a. Fokus Material (Objek Penelitian) Gaya Bahasa (*style*) yang digunakan dalam penyampaian pesan keagamaan. Gaya bahasa di sini dipandang sebagai instrumen retorik dan strategi persuasif yang digunakan penulis untuk memengaruhi pembaca. Sementara itu, Subjek Penelitian yang menjadi sumber data penelitian yang dipilih secara purposive pada empat edisi yaitu edisi 07 ‘Syawal yang Menghidupkan’ terbit 1–15 April 2025, edisi 08 ‘Wasathiyah Berkemajuan’ terbit 16–30 April 2025, edisi 10 ‘Harmoni Keluarga di Era Digital’ terbit 16–31 Mei 2025, serta edisi 11 ‘Pengajian Jangan Kehilangan Ruh’ terbit 1–15 Juni 2025 pada tahun ke-110. Keempat edisi tersebut dinilai representatif karena sama-sama menampilkan komunikasi pesan keislaman secara eksplisit melalui pembahasan nilai religius, relasi sosial, moderasi beragama, dan penguatan dakwah Muhammadiyah kepada pembaca.

- b. Fokus Formal (Pendekatan Teoritis), dalam penelitian ini adalah komunikasi penyampaian pesan keagamaan dalam Rubrik Sajian Utama Majalah Suara Muhammadiyah melalui pendekatan retorika Aristoteles dengan elemen-elemen stilistika yang berfungsi sebagai alat transmisi pesan yaitu tiga komponen utama bahasa dijelaskan: Diksi (pemilihan kata, istilah, dan konotasi), Gaya Bahasa (penggunaan bahasa kiasan), dan Struktur Kalimat/Sintaksis (variasi dan pola kalimat) serta dampaknya terhadap *ethos*, *pathos*, dan *logos* sebagai fungsi persuasi retorik, sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi. Peneliti akan menghimpun tulisan yang ada pada rubrik Sajian Utama di edisi majalah tertentu yang menjadi corpus penelitian. Dalam konteks majalah, dokumen dapat dipahami sebagai bentuk catatan tertulis yang merekam peristiwa, gagasan, atau fenomena sosial pada masa tertentu.⁴¹ Dalam penelitian ini, rubrik Sajian Utama berfungsi sebagai dokumen yang merekam gaya bahasa penyajian konten keagamaan pada periode tertentu.

Langkah-langkah operasional pengumpulan data melalui teknik dokumentasi ini meliputi yaitu menentukan unit analisis dan periode terbitan Majalah Suara Muhammadiyah yang akan dijadikan sampel, Setelah sampel dokumen terkumpul, dilakukan pembacaan secara berulang dan intensif terhadap setiap tulisan di rubrik Sajian Utama untuk mengidentifikasi gaya bahasa lalu diklasifikasikan sesuai kategori,

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta, 2013). hlm.309.

dan data yang sudah diklasifikasikan kemudian dicatat secara sistematis dalam instrumen pengumpulan data.

4. Teknik Validasi Data

Untuk menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber ahli yaitu menguji data melalui pendapat ahli di bidang tersebut.⁴² Dengan tujuan memastikan bahwa klasifikasi jenis gaya bahasa, serta interpretasi fungsi retorik dan implikasi komunikatifnya, telah dilakukan secara objektif dan sesuai dengan prinsip-prinsip retorika.

Setelah tahap interpretasi data selesai, hasil analisis dan kategorisasi gaya bahasa akan divalidasi oleh dosen pembimbing. Masukan dari ahli ini akan digunakan sebagai bahan penyempurnaan interpretasi dan penarikan kesimpulan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung secara berkesinambungan, dimulai sejak sebelum peneliti terjun ke lapangan, saat proses pengumpulan data berlangsung, hingga setelah seluruh data terkumpul.⁴³ Proses ini dilakukan secara konsisten agar peneliti dapat memahami makna data secara mendalam dan menyesuaikan fokus penelitian sesuai temuan di lapangan. Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu model analisis interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yang meliputi:

⁴² Hasyim Hasanah, "Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial) | *At-Taqaddum*," 2016, <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/view/1163>.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta, 2013). hlm.245.

- a. Reduksi Data yaitu peneliti membaca intensif seluruh artikel rubrik Sajian Utama pada periode tertentu untuk memahami konteks isi dan tujuan komunikatif teks dakwah yang disajikan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai struktur dan nuansa bahasa yang digunakan. Proses reduksi ini bertujuan untuk menyaring data yang sesuai, sehingga hanya bagian-bagian yang berkaitan langsung dengan gaya bahasa yang dianalisis lebih lanjut.
- b. Penyajian Data yaitu data yang telah direduksi akan disajikan dalam bentuk matriks atau tabel yang menunjukkan jenis gaya bahasa, frekuensi kemunculannya, konteks kalimat, serta analisis fungsi retorisnya (*Ethos, Pathos, Logos*). Melalui interpretasi ini, dapat diketahui bagaimana pilihan gaya bahasa dalam teks dakwah tidak hanya berfungsi sebagai keindahan kebahasaan, tetapi juga sebagai strategi retorik untuk memengaruhi dan menggerakkan pembaca.
- c. Penarikan Kesimpulan dan verifikasi yaitu peneliti akan merangkum temuan yang digunakan dengan memilah data-data penting sebagai gambaran dari keseluruhan proses penelitian untuk menjawab rumusan masalah.⁴⁴

H. Sistematika Pembahasan

1. Bab I Pendahuluan

Pada bab pertama, peneliti menjelaskan rancangan penelitian mulai dari latar belakang yang berisi pentingnya peran media cetak sebagai media dakwah serta strategi komunikasi majalah Suara Muhammadiyah dan urgensi gaya bahasa.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Alfabeta, 2013), hlm. 252.

Rumusan masalah dan tujuan penelitian berisi pertanyaan yang akan dijawab dan untuk apa penelitian ini dilakukan, manfaat penelitian berisi hasil yang ingin dicapai sebagai kontribusi dan masukan terkait gaya bahasa.

Pada bagian kajian pustaka, peneliti menyajikan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, terutama yang berkaitan dengan aplikasi teori retorika dan analisis gaya bahasa pada media cetak organisasi keagamaan, guna memetakan posisi penelitian ini di antara kajian-kajian sebelumnya. Kerangka teori dalam bab ini difokuskan pada penggunaan teori retorika sebagai instrumen analisis utama guna membedah perangkat-perangkat persuasif dalam teks.

Selain itu, bab ini juga memuat metode penelitian yang menguraikan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, hingga teknik analisis data yang digunakan secara sistematis.

2. Bab II Profil Majalah Suara Muhammadiyah dan Konten Tulisan Rubrik Sajian Utama

Pada Bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai profil Majalah Suara Muhammadiyah dan rubrik Suara Muhammadiyah yang berkaitan dengan beberapa hal penting meliputi sejarah, visi dan misi, klasifikasi pembaca serta tema yang diangkat.

3. Bab III Hasil Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan secara mendalam temuan-temuan yang berkaitan dengan penggunaan gaya bahasa dalam rubrik Sajian Utama Majalah

Suara Muhammadiyah. Peneliti akan memaparkan dan mengklasifikasikan secara menyeluruh semua penemuan gaya bahasa unik di rubrik tersebut. Hasil yang dicari adalah data-data linguistik spesifik, dikelompokkan berdasarkan kategori Stilistika.

Bab ini akan memiliki dua fokus utama: (1) Menyajikan temuan deskriptif mengenai jenis-jenis gaya bahasa (*Elocutio*), dan (2) Menganalisis fungsi persuasif gaya bahasa tersebut berdasarkan konsep *Ethos*, *Pathos*, dan *Logos*.

Peneliti akan memaparkan temuan penelitian yaitu gaya bahasa secara deskriptif dengan menyebutkan jumlah artikel rubrik Sajian utama serta majas yang ditemukan di dalamnya melalui penyajian data mentah dari proses dokumentasi dan klasifikasi yang dilakukan dan menyajikan hasil hitungan dan contoh majas berdasarkan taksonomi yang dipilih dalam disajikan bentuk tabel dan narasi. Pada bagian ini juga, peneliti menjelaskan pola gaya bahasa yang terbukti paling efektif dalam mencapai tujuan persuasi (*Ethos*, *Pathos*, *Logos*).

4. Bab IV Penutup

Pada bagian penutup, peneliti akan merangkum temuan dari penelitian yang telah dilakukan. Di sini, semua hasil yang diperoleh akan disajikan secara ringkas namun bermakna, sebagai gambaran akhir dari proses penelitian telah dilalui. Selain itu, pada bab ini juga akan disampaikan berbagai saran dan rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan berharga, baik untuk pengembangan penelitian selanjutnya maupun untuk penerapan praktis di masa depan.

Bab IV

Kesimpulan dan Saran

A. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa Majalah Suara Muhammadiyah edisi tersebut menggunakan berbagai gaya bahasa seperti paralelisme, metafora, personifikasi, antitesis, serta penggunaan diksi formal dan berhasil mengonstruksi identitas Islam Berkemajuan melalui integrasi strategi retorika ethos, logos, dan pathos yang sangat solid. Teks-teks tersebut merupakan bentuk komunikasi persuasif yang dirancang secara terencana untuk memengaruhi cara berpikir, sikap, hingga tindakan pembaca. Melalui kajian retorika klasik yang menelaah aspek ethos, logos, dan pathos, terlihat jelas bahwa gaya bahasa dioperasikan secara aktif sebagai alat penyampaian pesan taktis. Peran instrumen kebahasaan inilah yang menjembatani jalannya transmisi pesan dari redaksi agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca.

Melalui pendekatan *ethos*, fokus utama komunikasi diletakkan pada pembangunan kredibilitas pesan dan komunikator. Dalam Rubrik Sajian Utama Majalah Suara Muhammadiyah, kredibilitas tersebut dibangun melalui penggunaan rujukan yang otoritatif, baik dari keputusan Muhammadiyah maupun pemikiran tokoh-tokoh organisasi, sehingga pesan dakwah yang disampaikan memiliki legitimasi moral dan mudah dipercaya oleh pembaca. Selain melalui rujukan yang kuat, aspek ethos juga terlihat dari cara penyampaian pesan yang menggunakan bahasa formal, argumentatif, dan santun. Proses komunikasi pesan dikemas dengan menghindari kesan menghakimi secara sepihak agar pembaca tidak merasa digurui. Penggunaan gaya bahasa yang komunikatif dan dialogis tersebut membantu membangun kedekatan

serta kepercayaan pembaca terhadap isi pesan yang disampaikan. Dengan menempatkan kesantunan bahasa sebagai bagian dari proses komunikasi dakwah, Majalah Suara Muhammadiyah berhasil memperkuat posisinya sebagai media informasi keagamaan yang kredibel dan dapat dipercaya.

Kepercayaan tersebut kemudian diperkuat melalui penyusunan nalar pesan (*logos*) agar argumentasi keagamaan dapat dicerna secara rasional. Pada tahapan ini, gaya bahasa digunakan sebagai alat untuk menstrukturkan jalan pikiran pembaca. Redaksi menyusun argumentasi yang sistematis dan berbasis data serta penggunaan dalil atau ayat suci secara kontekstual dalam menanggapi isu-isu kontemporer seperti digitalisasi dan tantangan sosial. Penjelasan mengenai konsep *Wasathiyah* (moderasi), misalnya, tidak hanya disampaikan sebagai doktrin, tetapi dibedah secara logis sebagai solusi praktis di antara kutub ultra-konservatisme dan ultra-liberalisme, sehingga mampu diterima oleh nalar pembaca yang kritis. Melalui penyampaian pesan yang runtut ini, komunikator berhasil menghubungkan isu global dan nilai lokal menjadi sebuah panduan hidup yang sangat konkret bagi pembaca.

Elemen *Pathos* memainkan peran krusial sebagai jembatan emosional yang menyentuh sisi humanitas pembaca. Narasi-narasi mengenai harmoni keluarga di era digital atau kerinduan pada nilai-nilai silaturahmi saat lebaran disajikan dengan bahasa yang menggugah empati. Hal ini menunjukkan bahwa Suara Muhammadiyah menyadari pentingnya aspek rasa dan sentimen kemanusiaan dalam menggerakkan aksi nyata atau perubahan perilaku di tingkat akar rumput.

Ditemukan bahwa strategi retorika yang digunakan cenderung bersifat inklusif dan transformatif. Majalah ini tidak menggunakan bahasa yang menghakimi, melainkan memilih diksi yang mengajak pada dialog dan refleksi diri. Strategi ini sangat efektif untuk memposisikan Muhammadiyah sebagai gerakan yang mencerahkan dan mampu merangkul berbagai lapisan masyarakat tanpa kehilangan prinsip ideologisnya. Selain itu, penggunaan gaya bahasa argumentatif dan metaforis membantu membangun komunikasi yang lebih persuasif, reflektif, dan kontekstual terhadap persoalan sosial maupun keagamaan. Dengan demikian, gaya bahasa dalam Rubrik Sajian Utama tidak hanya berfungsi sebagai unsur kebahasaan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi dakwah dalam membangun pemahaman, kesadaran, dan keterlibatan pembaca terhadap pesan yang disampaikan.

Penelitian ini juga melihat bahwa efektivitas retorika dalam majalah ini didukung oleh pemilihan tema-tema yang sangat dekat dengan kegelisahan harian masyarakat. Dengan mengangkat isu pengajian yang mulai kehilangan ruh atau dampak ponsel bagi anak, strategi retorika yang dijalankan menjadi lebih persuasif karena pembaca merasa permasalahan mereka sedang dibahas dan dicarikan jalan keluarnya secara religius dan logis. Secara keseluruhan, Majalah Suara Muhammadiyah berfungsi sebagai media komunikasi dakwah yang tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga membangun ruang komunikasi publik yang edukatif dan dialogis. Melalui penggunaan bahasa yang komunikatif, argumentatif, dan persuasif, pesan keagamaan disampaikan untuk membangun

pemahaman, kesadaran, serta cara pandang masyarakat yang lebih terbuka, moderat, dan berkemajuan dalam kehidupan beragama maupun bermasyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah Majalah Suara Muhammadiyah terletak pada kemampuan penyampaian pesan keagamaan yang memadukan kredibilitas pesan (*ethos*), argumentasi yang logis (*logos*), serta pendekatan bahasa yang menyentuh (*pathos*). Perpaduan tersebut membuat pesan keagamaan dikomunikasikan secara komunikatif, kontekstual, dan mudah diterima pembaca, sehingga Majalah Suara Muhammadiyah tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media komunikasi dakwah yang membangun pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap nilai-nilai Islam Berkemajuan.

B. Saran

Majalah Suara Muhammadiyah diharapkan dapat terus mempertahankan penyampaian pesan keagamaan yang komunikatif, persuasif, dan kontekstual dengan tetap memperhatikan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan pembaca. Redaksi disarankan untuk mengembangkan penyampaian pesan yang lebih dekat dengan generasi muda melalui penggunaan diksi yang lebih sederhana, aktual, dan relevan tanpa mengurangi substansi nilai-nilai Islam Berkemajuan yang disampaikan. Bagi media keagamaan lainnya, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bahwa komunikasi dakwah di ruang publik tidak hanya memerlukan isi pesan yang kuat, tetapi juga cara penyampaian pesan yang mampu membangun pemahaman, kedekatan emosional, dan penerimaan pembaca.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah dan retorika media, khususnya mengenai penggunaan gaya bahasa dalam penyampaian pesan keagamaan pada media cetak. Namun, penelitian ini masih terbatas pada analisis teks dalam media cetak sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian pada media digital atau media sosial guna melihat bagaimana penyampaian pesan keagamaan dikomunikasikan melalui karakter media yang lebih interaktif dan cepat. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan analisis resepsi khalayak untuk mengetahui bagaimana pembaca memahami, menerima, dan merespons pesan keagamaan yang disampaikan media secara lebih empiris.



DAFTAR PUSTAKA

- Anardianto. “Masyarakat Menengah dan Atas Tidak Boleh Dilupakan sebagai Sasaran Dakwah Muhammadiyah.” *Muhammadiyah*, June 3, 2024. <https://muhammadiyah.or.id/2024/06/masyarakat-menengah-dan-atas-tidak-boleh-dilupakan-sebagai-sasaran-dakwah-muhammadiyah/>.
- Ab, Mukroni, and Mujiono. “Peranan Retorika Dalam Pengembangan Dakwah.” *Ad-DA’WAH* 20, no. 2 (2022): 1–12. <https://doi.org/10.59109/addawah.v20i2.27>.
- Alvino, Ach Tofan. “Retorika Dakwah KH Syukron Djazilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 73–84. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.8255>.
- Amin, Agus Saifuddin, and Putri Sita Fazira. “Pesan Dakwah Pada Rubrik Opini Majalah An-Nisa’ Edisi Maret 2020.” *Bayan Lin-Naas : Jurnal Dakwah Islam* 6, no. 1 (2022): 63–76. <https://doi.org/10.28944/bayanlin-naas.v6i1.897>.
- Ananta, Agustin Yuslia Hasti, and Erwan Kustriyono. “Gaya Bahasa Pada Pengajian Gus Iqdam: Kajian Semantik.” *Al-Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 2, no. 4 (2024): 312–22. <https://doi.org/10.59059/al-tarbiyah.v2i4.1470>.
- Aprian, Kurniawan. “Gaya Bahasa Dalam Meme Indonesia: Kajian Stilistika Sastra.” Other, Universitas Diponegoro, 2017. <https://eprints.undip.ac.id/55531/>.
- Arsyad, Berti. “Ilfāt dalam Al-Qur’an: Analisis Semantik–Retoris Surah al-Baqarah dan Āli ‘Imrān.” *Al-Kalim : Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban* 4, no. 1 (2025): 52–64. <https://doi.org/10.60040/jak.v4i1.154>.
- Budi, Budi. “Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah Dalam Majalah Suara Muhammadiyah Rubrik Bina Akhlak Edisi Maret 2016-Maret 2017.” *DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI*, December 31, 2019. <https://idr.uin-antasari.ac.id/13704/>.
- Dewi, Irma Ayu Kartika, and Khoirina Nur Khikmah. “Syiar Di Media Massa: Potret Dakwah Organisasi Muhammadiyah Dalam Majalah Adil Tahun 1974-1979: Broadcasting in the Mass Media: Portrait of Muhammadiyah Organization Da’wah in Adil Magazine 1974-1979.” *Journal of Islamic History* 2, no. 2 (2022): 136–57. <https://doi.org/10.53088/jih.v2i2.407>.
- Dianka, Olga Koswanurfan, and Deavvy M. R. Y. Johassan. “Penerapan Kanon Retorika Dalam Unmasked Poetry Open Mic Periode Februari 2018.” *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis* 8, no. 1 (2020): 1–8. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.644>.
- Dr, Gorys Keraf. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Gramedia Pustaka Utama, 2009.

- Famular, Fara. “Peran Majalah Suara Muhammadiyah Dalam Perjuangan Politik Muhammadiyah Tahun 1965-1985.” *Ilmu Sejarah - SI* 3, no. 2 (2018). <https://journal.student.uny.ac.id/ilmu-sejarah/article/view/12255>.
- Fathonah, Siti. “Penggunaan Gaya Bahasa Pada Kolom Opini Dalam Surat Kabar Harian Radar Tarakan.” *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 9, no. 2 (2023): 1221–28. <https://doi.org/10.37905/aksara.9.2.1221-1228.2023>.
- Fatimah, Khusnul, Angga Febriyatko, Hasan Busri, and Moh Badrih. “Estetika Bahasa Dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid Pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik.” *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra* 9, no. 2 (2023): 1068–89. <https://doi.org/10.30605/onoma.v9i2.2906>.
- Fauziah, Mita Mar’atul, Hindun, Falasifa, and Hanna Maulida Syifa. “Analisis Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Video Youtube ‘Kalo Lagi Mentok, Harus Gimana?’: Kajian Retorika Aristoteles.” *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 5 (2024): 1896–906. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i5.4151>.
- Hartati. “Penggunaan Gaya Bahasa Pada Media Berita Online Kompas | Jurnal Ilmiah Nusantara.” 2024. <https://www.ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jinu/article/view/4042>.
- Hasan, Muhammad, Tuti Khairani Harahap, Syahril Hasibuan, et al. “METODE PENELITIAN KUALITATIF.” *Penerbit Tahta Media*, 2023. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/182>.
- Hasanah, Hasyim. “TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial) | At-Taqaddum.” 2016. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/attaqaddum/article/view/1163>.
- Khramchenko, Dmitry S. “The Power of Synergy in Discourse: Exploring Persuasive Language in English Mass Media.” *Indonesian Journal of Applied Linguistics* 13, no. 2 (2023): 368–79. <https://doi.org/10.17509/ijal.v13i2.63068>.
- Kinasih, Putri. “Penerapan Retorika Aristoteles Sebagai Strategi Persuasi Pesan Layanan Masyarakat Oleh Gen Alpha| Transformasi Masyarakat : Jurnal Inovasi Sosial Dan Pengabdian.” 2025.
- Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.
- Lestari, Nurul Dwi. “Integrasi Authentic Learning Dalam Kemampuan Berpikir Kreatif Untuk Inovasi Pembelajaran Menulis Abad 21.” *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 12, no. 1 (2022). <https://online-journal.unja.ac.id/pena/article/view/21614>.

- Ma'arif, Bambang Saiful. *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*. Simbiosis Rekatama Media, 2010. <https://cir.nii.ac.jp/crid/1971149384796776983>.
- Maarif, Zainul. *Retorika: Metode Komunikasi Publik (Rhetorics: Public Communication Method)*. Rajawali Press, 2015.
- “Mengenal Ciri Gerakan Tajdid Muhammadiyah - Masjiduna.” Accessed April 13, 2026. <https://masjiduna.com/2021/02/03/mengenal-ciri-gerakan-tajdid-muhammadiyah/>.
- Nurgiantoro, Burhan. *Stilistika*. UGM PRESS, 2018.
- Nurhayati, Enung, Dedi Junaedi, and Sahliah Sahliah. “Dakwah Islam Melalui Karya Sastra.” *Hanifiya: Jurnal Studi Agama-Agama* 2, no. 2 (2020): 105–12. <https://doi.org/10.15575/hanifiya.v2i2.7303>.
- Nurhidayah, Andi, A. Nurul Hidayat Amnur, Ary Zulkarnain, Himar Himar, Basmar Basmar, and Dahlan Lama Bawa. “Etos Dan Visi Gerakan Muhammadiyah: Analisis Komprehensif Terhadap Ideologi, Praktik, Dan Relevansi Kontemporer.” *EDU SOCIETY: JURNAL PENDIDIKAN, ILMU SOSIAL DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 5, no. 3 (2025): 1546–52. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.2422>.
- “Pembaca Komunitas Dan Bangkitnya Ekonomi Persyarikatan.” Accessed March 4, 2026. <https://www.suaramuhammadiyah.id/read/pembaca-komunitas-dan-bangkitnya-ekonomi-persyarikatan>.
- Penguatan Peran Keumatan dan Kebangsaan - Suara Muhammadiyah*. Bingkai. January 14, 2019. <https://web.suaramuhammadiyah.id/2019/01/14/penguatan-peran-keumatan-dan-kebangsaan/>.
- Prayogi, Arditya, Irham Irham, Rizal Ilham Ramadhan, Syarifan Nurjan, and Anip Dwi Saputro. “Majalah Suara Muhammadiyah Sebagai Amal Usaha Dalam Mendukung Dakwah Islam Di Era Modern Satu Kajian Deskriptif.” *JURNAL MULTIDISIPLIN ILMU AKADEMIK* 2, no. 1 (2025): 663–73. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i1.3905>.
- Putri, Ni Made Melani Cahyanthi. “Strategi Retorika Ethos, Pathos, dan Logos dalam Kanal YouTube Merry Riana Edisi #JadiArtinya.” Undergraduate, Universitas Pendidikan Ganesha, 2026. <https://repo.undiksha.ac.id/28759/>.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Retorika modern: pendekatan praktis*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2000.

- Rini, Rini, and Masseni Masseni. "Pengaruh Membaca Majalah Suara Muhammadiyah Dalam Rubrik Wawasan Keislaman Terhadap Pemahaman Keagamaan Masyarakat Di Kota Sorong." *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 1 (2021): 70–83. <https://doi.org/10.47945/al-hikmah.v1i1.479>.
- Suara Muhammadiyah. *Harmoni Keluarga Di Era Digital*. 31 Mei 2025.
- Suara Muhammadiyah. "Menghidupkan Wawasan Berkemajuan." April 29, 2025. <https://suaramuhammadiyah.id/read/menghidupkan-wawasan-berkemajuan>.
- Suara Muhammadiyah. "Menulis 109 Tahun Suara Muhammadiyah (1)." August 16, 2024. <https://suaramuhammadiyah.id/read/menulis-109-tahun-suara-muhammadiyah-1>.
- Suara Muhammadiyah. *Pengajian Jangan Kehilangan Ruh*. June 1, 2025.
- Suara Muhammadiyah. *Syawal Yang Menggembirakan*. April 1, 2025.
- Suara Muhammadiyah. *Wasathiyah Berkemajuan*. April 16, 2025.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, 2013.
- Sukmono, Filosa Gita, and Fajar Junaedi. "Manajemen Konten dan Adaptasi Suara Muhammadiyah di Era Digital." *Jurnal Komunikasi Global* 9, no. 2 (2020): 248–65. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i2.17845>.
- Tentang Suara Muhammadiyah - Suara Muhammadiyah*. April 2, 2020. <https://web.suaramuhammadiyah.id/tentang-suara-muhammadiyah/>.
- Tentang Suara Muhammadiyah - Suara Muhammadiyah*. April 2, 2020. <https://web.suaramuhammadiyah.id/tentang-suara-muhammadiyah/>.
- ThoughtCo. "How You Use the 5 Canons of Classical Rhetoric." Accessed October 9, 2025. <https://www.thoughtco.com/the-5-canons-of-classical-rhetoric-1691771>.
- Ulfah, Novi Maria. "Dakwah Melalui Media Cetak (Analisis Isi Rubrik Mutiara Islam Majalah Ummi)." *Islamic Communication Journal* 1, no. 1 (2016). <https://doi.org/10.21580/icj.2016.1.1.1247>.
- Ulul, Azmi, and Candra Krisna. "Efektivitas Komunikasi Lembaga Dakwah Islam." *Al-Idarah: Jurnal Manajemen Dakwah* 1 (2025). <https://doi.org/10.61341/idarrah/v1i1.001>.
- Yanti, Olpy Nopy, Naeila Nurazizah, Sobirin, and Nurrohmah. "Strategi Komunikasi Dakwah Bahasa Sebagai Instrumen Persuasif Di Majelis Taklim Ikhtiar." *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner* 9, no. 10 (2025). <https://sejurnal.com/pub/index.php/jikm/article/view/1924>.

- Yodiansyah, Hefri, Susi Artuti Erda Dewi, and Debby Kurniadi. *Konvergensi Media Digital: Tinjauan Kritis Dan Implementasinya Dalam Komunikasi Massa Kontemporer*. 4, no. 1 (2025).
- Zalvi, Muhammad Azriel Ar Syahlaf, Zainal Abidin, and Tri Susanto. “Kredibilitas sebagai Kontruksi Sosial Komunikasi dalam Mempengaruhi Komunikator pada Organisasi.” *Jurnal Intervensi Sosial dan Pembangunan (JISP)* 6, no. 1 (2025): 85–96. <https://doi.org/10.30596/jisp.v6i1.21426>.
- Zulkarnaini, Shafira, Mardiningsih, and Sugianti. “Teknik Retorika dalam Penggunaan Pathos,Logos,Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di Youtube.” *JBI : Jurnal Bahasa Indonesia* 2, no. 2 (2024): 74–81. <https://doi.org/10.59966/jbi.v2i2.1114>.