



Strategi dan Gaya Dakwah Muslimah Milenial Studi Dakwah Oki Setiana Dewi Di Youtube

*¹Agus Saifuddin Amin, ²Sulis Rahmania

^{1,2}Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan, Madura

*Coresponding Autor 4agus100885@gmail.com

Email:sulisrahmania16.sr@gmail.com

Abstrak

Ustadzah Oki Setiana Dewi, S.Hum., M.Pd. seorang public figure yang sudah tidak asing lagi di telinga kita, seorang muslimah yang mulai dikenal saat beliau sukses membintangi sebuah film yang berjudul:" Ketika Cinta Bertasbih. Keunikan gaya dakwah Oki Setiana Dewi, ketika beliau berceramah, beliau selalu menceritakan kisah-kisah Nabi terlebih dahulu baru kemudian menyimpulkan, keunggulan beliau juga seorang penghafal Al-Qur'an tidak hanya itu beliau juga seorang wanita yang berpendidikan tinggi. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah Oki Setiana Dewi dalam membangun dakwahnya di youtube dan apa yang menarik dari gaya dakwah yang disampaikan oleh Oki Setiana Dewi di youtube. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi dakwah Oki Setiana Dewi dalam membangun dakwahnya di youtube dan untuk mengetahui apa yang menarik dari gaya dakwah yang disampaikan oleh Oki Setiana Dewi di youtube. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, analisis dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan menggunakan model Miles and Huberman melalui tahapan penelitian, pengelompokan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini berupa observasi dan dokumentasi dengan menggunakan metode simak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dan gaya Dakwah OKI menggunakan gaya bahasa percakapan dan gaya bahasa yang Mulia dan berdaya, menggunakan gaya gerak tubuh dengan postur tegap, penampilan busana muslim dan Syar'i, serta elegan dalam penampilan dan gerakan tangan, senyum dan mata semuanya menggunakan ekspresi wajah, dari mengerutkan kening, alis, wajah marah, sedih, kecewa, senang.

Kata Kunci: Strategi, Gaya Dakwah, Muslimah

Abstract

Ustadzah Oki Setiana Dewi, S.Hum., M.Pd. a public figure who is no stranger to our ears, a Muslim woman who became known when she successfully starred in a film entitled: " When Love glorifies. The uniqueness of the style of preaching Oki Setiana goddess, when he spoke, he always told the stories of the Prophet first and then concluded, his superiority is also a memorizer of the Qur'an is not only that she is also a highly educated woman. The problem raised in this study is how the strategy of dakwah Oki Setiana Dewi in building her DA'wah on youtube and what is interesting from the style of Da'wah conveyed by Oki Setiana Dewi on youtube. The purpose of this study was to find out how the strategy of dakwah Oki Setiana Dewi in building her DA'wah on youtube and to find out what is interesting from the style of Da'wah conveyed by Oki Setiana Dewi on youtube. In this study using descriptive qualitative approach, the analysis in this study is content analysis using Miles and Huberman models through the stages of research, data grouping, data reduction, data presentation and conclusion. Data collection techniques from this study are in the form of observation and documentation using the simak method. The results of this study indicate that the strategy and style of OIC Da'wah using conversational language style and Noble and powerful language style, using the style of gestures with a strapping posture, the appearance of Muslim clothing and Syar'i, as well as elegant in appearance and hand movements, smiles and eyes all use facial expressions, from frowning, eyebrows, faces angry, sad, disappointed, happy.

Keywords: Strategy, Da'wah Style, Muslimah

How to Cite: Sulis Rahmania, & Sulis Rahmania. (2024). Strategi dan Gaya Dakwah Muslimah Milenial Studi Dakwah Oki Setiana Dewi di Youtube. *Transformation of Mandalika*. doi <https://doi.org/10.36312/jtm.v5i12.3910>



<https://doi.org/10.36312/jtm.v5i12.3910>

Copyright© 2024, Author (s)

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](#).



PENDAHULUAN

Dakwah melalui media sosial menjadi tantangan tersendiri bagi para pendakwah. Dakwah yang dikemas secara kreatif dan menarik minat masyarakat, termasuk para anak muda. Citra dakwah yang dulunya bersifat jadul dan membosankan juga dapat menjadi dakwah yang menyenangkan melalui media sosial. Penyampaian dakwah yang baik di media sosial akan mempengaruhi keberhasilan pesan dakwah yang disampaikan (Siti Zaida dkk, 2022). Untuk itu dalam berdakwah membutuhkan cara yang berbeda antara pendakwah satu dengan pendakwah lainnya.

Realitanya perempuan muslimah milenial saat ini menjadi pendakwah di era digital, dimana seorang perempuan juga bisa menyampaikan dakwahnya melalui media sosial. Teknologi komunikasi seperti media sosial banyak sekali manfaat bagi kehidupan manusia, salah satunya memudahkan komunikasi jarak jauh, jika dulu untuk berkomunikasi jarak jauh kita harus mengirimkan surat, maka kita sekarang bisa dengan mudah berkomunikasi melalui sosial media. Tidak hanya itu, banyak sekali sosial media seperti youtube, tik tok, Instagram dan masih banyak lagi yang bisa kita akses dengan mudah untuk melihat orang-orang hebat di Indonesia. Bahkan di seluruh dunia, seperti artis, tokoh penting negara, serta para pendakwah dan para tokoh penting agama lainnya. Ada banyak sekali para pendakwah yang memanfaatkan sosial media sebagai alternatif dakwah di era modern seperti saat ini, bahkan banyak dari mereka yang membuat channel khusus untuk menyampaikan dakwah mereka supaya dapat bermanfaat bagi masyarakat yang membutuhkan ilmu mereka (Ahmad Setiadi, 2016).

Hadirnya smartphone juga mempermudah akses semua lapisan masyarakat untuk mengenal dunia luar secara tidak langsung. Di zaman serba modern ini tidak sedikit dari masyarakat indonesia terutama para remaja menjadikan budaya barat sebagai trend dan juga role model. Padahal budaya yang tidak pernah terlepas dari seni merupakan Bahasa yang universal yang diharapkan mampu menjadi sarana dalam mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran. Dalam makna lain seni juga bisa digunakan untuk berdakwah kepada semua kalangan (M. Syakur Ifansyah dkk, 2020).

Teknologi atau media digital saat ini juga sangat penting dalam kehidupan manusia sehari-hari karena dengan teknologi manusia bisa mengakses semua berita-berita yang beredar di dunia. Akan tetapi, konten-konten barat yang sudah mulai melenceng dari nilai-nilai ajaran islam seperti pacaran, membuka aurat secara terang-terangan justru malah banyak diikuti dikalangan anak muda. Perubahan yang lebih dominan ke barat-baratan tersebut menyebabkan budaya yang sudah ada sejak dulu semakin terkikis, terutama dibidang keagamaan. Di saat zaman semakin berkembang seperti saat ini banyak hal yang sudah mengalami transformasi dan inovasi justru dakwah semakin terkesan monoton, banyak pendakwah yang lebih dominan menyampaikan dakwah dengan cara berceramah ataupun bercerita. Luasnya informasi sangatlah mudah diakses melalui smartphone atau gadget sehingga objek dakwah tentu memiliki mindset yang berbeda-beda.

Dakwah Islam di era modern ini menggunakan media massa juga dalam penyebaran dakwah dan mensosialkan ajaran-ajaran islam sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan pemanfaatan teknologi yang ada. Media yang digunakan pun sangat banyak, salah satunya adalah channel youtube. Dakwah yang disebarluaskan melalui media ini, biasanya berupa video-video singkat yang di produksi melalui beberapa proses sebelum menjadi sebuah konten dakwah. Produksi merupakan sebuah aktivitas untuk menghasilkan sebuah karya guna dari sisi waktu, bentuk maupun tempat dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Produksi tersebut dapat berupa barang ataupun jasa tetapi produksi diartikan juga sebagai suatu kegiatan mengubah sumber-sumber kedalam produk atau proses megubah input menjadi output (Nugroho Setiadi, 2008).

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang

atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media (Wahyu Ilahi, 2010). Dakwah menggunakan internet merupakan suatu inovasi terbaru dalam penyampaian syiar Islam, dan akan memudahkan para da'i dalam menyebarkan syiar Islam (Devina Isauri, 2022). Dengan itulah internet bisa digunakan sebagai media dakwah di setiap kesempatan dan tantangan Islam.

Banyak orang diseluruh dunia dapat dengan mudah mengakses konten dakwah yang menarik dan informatif. Di era globalisasi Pendidikan menjadi satu-satunya cara pembangunan yang paling penting (Alviendra Chintia & Maria Nur Faddilah, 2023). Hal tersebut sesuai dengan dakwah saat ini yang kebanyakan menggunakan sosial media dan juga sudah diterapkan oleh banyak orang. Melihat tantangan dakwah yang semakin banyak dikarenakan tuntutan zaman, terlebih lagi minat masyarakat terhadap dakwah dan semua yang bersifat keagamaan semakin menurun terutama dari kalangan pemuda. Maka perlu adanya inovasi dakwah untuk menarik minat masyarakat dalam mendengarkan dakwah melalui media sosial.

Salah satu situs yang sangat diminati oleh masyarakat adalah youtube, yang mana situs tersebut berisi berbagai macam konten mulai dari pendidikan, musik, lagu, film hingga ceramah. Maka tak heran bila banyak da'i dan pemuka agama yang berdakwah melalui youtube, karena dianggap efektif sebab banyak peminatnya. Salah satunya adalah Oki Setiana Dewi yang mana merupakan penulis, aktris dan da'iyyah kharismatik dari kota Batam, Kepulauan Riau. Beliau juga mempunyai akun youtube dengan jumlah 2,96 juta subscriber.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode deskriptif (Gebi Dwi Syafitri & Ernawati Arief, 2023). Yaitu deskriptif analitis yang menggambarkan data-data yang ada dalam akun youtube nya Oki Setiana Dewi. Dalam penelitian ini menggunakan observasi konten, metode ini melibatkan analisis konten video youtube. Peneliti dapat mencatat dan menganalisis elemen-elemen seperti topik, tema, gaya presentasi, atau pesan yang disampaikan dalam video. Observasi ini dapat mencakup aspek visual, audio, dan naratif, yang ada dalam video. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif (Muhammad Idrus, 2007). Data-data yang didapatkan dalam penelitian ini menggunakan metode mengkaji dan menganalisis hal yang terkait. Penelitian ini menggunakan teori Miles dan Huberman yang berlangsung secara terus-menerus (Nandiasutri Septi, 2020). Peneliti dapat mengetahui tentang bagaimana strategi dan gaya dakwah Oki Setiana Dewi dalam video youtube nya, dengan menyimpulkan bagaimana gaya Bahasa dan gaya gerak tubuh Oki Setiana Dewi dalam menyampaikan dakwahnya.

Dalam penelitian ini, peneliti berperan langsung dalam hal pengumpulan data, melakukan observasi dan dokumentasi, observasi yang dilakukan penelitian adalah dengan mengamati video dakwah Oki Setiana Dewi di youtube. Dalam hal ini dokumentasi yang mendukung penelitian ini adalah profil Oki Setiana Dewi dan gaya dakwah Oki Setiana Dewi. Peneliti memilih video dakwah youtube tersebut tentunya karena profil Oki Setiana Dewi, caranya berdakwah, gerakan dan Bahasa yang digunakan dalam dakwah beliau di youtube tersebut tersentuh dan sangat jelas. Pemilihan ini sesuai dengan peneliti terkait dengan cara berdakwah, gaya Bahasa dan gerak tubuh Oki Setiana Dewi dalam menyampaikan dakwahnya dalam video youtube tersebut, sehingga video tersebut sangat membantu peneliti menemukan data peneliti yang jelas dan hasil analisis yang baik dan benar oleh peneliti.

HASIL PENELITIAN

Setalah adanya penelitian, maka adanya hasil yang diperoleh dari penelitian dengan menggunakan prosedur pengumpulan data obesrvasi dan dokumentasi. Adapaun hasilnya ialah:

Strategi Dakwah Oki Setiana Dewi Pada Media Youtube

Oki Setiana dewi menggunakan strategi bertutur dengan basabasi kesantunan positif. Oki berdakwah dengan tangan sedikit terbuka dan dengan sikap badan duduk tegap dan terlihat formal. Oki Setiana Dewi berdakwah menggunakan ekspresi wajah dan tangan serta Senyum, menggerakkan kedua tangan, menggerakkan jari-jari, dan menggerakkan kepala. Oki Setiana Dewi menggunakan gaya dakwah repitisi, yaitu seorang pembicara memberi tausyiah dengan mengulangngulang kata-kata yang dianggap penting. Oki berdakwah menggunakan gaya bahasa mulia dan bertenaga.

Oki Setiana dewi menggunakan strategi bertutur dengan basa-basi kesantunan positif. Konteks tuturan tersebut Oki Setiana dewi memberitahukan dan mengajak jamaah untuk semangat menuntut ilmu dengan mengetahui dalil dan keutamaan dari menuntut ilmu. Strategi ini sudah tepat digunakan oleh seorang penceramah dalam mengajak jamaah untuk semangat menuntut ilmu (Ernawati Arief, 2023). Strategi dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Oki Setiana Dewi pada Media Youtube, ia menceritakan kisahkisah nabi terlebih dahulu, kemudian menyimpulkan ceramah yang telah disampaikan sebelumnya dengan cara mengambil hikmah dari kisah-kisah nabi tersebut.

Gaya dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Video Youtube

1. Gaya Gerak Tubuh

Ketika Oki Setiana Dewi tampil, dia menggunakan pakaian yang sopan, rapi, dan syar'i. Ketika Oki berdakwah di youtube, ia bercerita dengan tangan sedikit terbuka dan dengan sikap badan duduk tegap dan terlihat formal. Dan beliau memperagakan adegan-adegan dalam cerita yang di sampaikan, Oki menyampaikan dakwahnya dengan santai dan ringan, beliau juga menyesuaikan ekspresinya ketika menyampaikan dakwahnya sesuai dengan cerita atau dakwah yang disampaikan dan mengarahkan pandangannya ke arah mad'u (Muhammad Munir, 2006)

Oki Setiana Dewi ketika berdakwah di youtube, beliau lebih sering duduk sambil berdakwah, akan tetapi itu tidak mengurangi ke unikan beliau dalam berdakwah pada media youtube nya. Oki Setiana Dewi dalam segi berpakaian baik digunakan dalam sehari-hari maupun busana yang dikenakan dalam penyampaian dakwah atau mengisi pengajian, selalu menggunakan busana atau pakaian yang tidak bertentangan dengan agama, ia memakai pakaian yang dalam islam sangat dianjurkan dan bahkan diwajibkan dalam Islam. Sebagaimana yang dianjurkan dalam (Q.S al-A'raf ayat: 26). Artinya: Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Gaya gerak wajah atau ekspresi wajah adalah salah satu bentuk isyarat yang harus dimiliki oleh seorang da'i karena mampu membantu dalam menyampaikan maksud dari cerita atau ceramah yang disampaikan kepada mad'u, namun ekspresi wajah harus sesuai dengan konten yang dibicarakan (Fathul Wahid, 2004). Dalam retorika gerak tubuh digunakan untuk tiga hal, antara lain menyampaikan makna, menarik perhatian, meningkatkan kepercayaan diri komunikator dan semangat (Lib UIN Sunan Ampel, 2022).

2. Sikap Badan

disetiap penyampaian dalam mendedikasikan dakwah tentu memiliki ciri khas tersendiri dalam cara penyampaian, baik dari segi berbicara dan gerak badan (Moh Ali Aziz, 2009). Maka peneliti akan menarik kesimpulan untuk menuju hasil dari penelitian ini. Adapun gaya gerak tubuh (Sikap badan, penampilan, pakaian, air muka dan gerakan tangan) Oki Setiana Dewi tidak vurgar dalam penyampaian dakwahnya di Youtube.

3. Gestur Wajah Dan Gerakkan Tangan

Dalam penyampaian dakwah ustadz atau ustadzah, setiap orang memiliki cara tersendiri untuk berdakwah (Lukman Hakim & Alfan Bachtiar, 2021). Termasuk salah satunya ustadzah Oki Setiana Dewi. Ia memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan dakwahnya. Berdakwah itu bisa dilakukan dengan berbagai cara. Baik secara lisan, tulisan dan kegiatan-kegiatan pengaruh positif banyak orang, "Sedangkan ustadzah Oki Setiana Dewi Lebih sering dan dominan berdakwah menggunakan ekspresi wajah dan tangan serta Senyum, Menggerakkan kedua tangan, Menggerakkan jari-jari, dan Menggerakkan kepala (Titin Rahmawati, 2018). Yang menggambarkan tentang ceramah yang akan di sampaikan, ustadzah Oki pun mengatakan bila tak cukup dengan lisan maka biasakan dengan mencontohnyanya.

4. Pandangan Mata

Makna dari pandangan mata ketika kita berdakwah maka kita harus menyesuaikan dengan kondisi mad'u kita (Ayu Ebi Rania, 2021). Langkah pertama yang dilakukan Ustadzah Oki Setiana Dewi mampu untuk menarik serta mengajak mad'u agar dapat tertarik untuk memperhatikan atau mendengarkan apa yang akan disampaikan terutama mempersuasif anak muda untuk mengikuti kajian beliau. Bahwasannya mengenai hasil dari pengamatan serta analisa yang di dapat. Sesuai dengan yang saya paparkan di macam-macam gaya dakwah, Oki Setiana Dewi menggunakan gaya dakwah repitisi, yaitu seorang pembicara memberi tausyiah dengan mengulang-ngulang kata-kata yang dianggap penting.

Gaya Bahasa Dakwah Oki Setiana Dewi Pada Media Youtube

pada penelitian ini, peneliti mengamati strategi dan gaya dakwah Oki Setiana Dewi dalam channel youtube Oki Setiana Dewi, analisis yang digunakan peneliti adalah Analisis Model Miles Dan Huberman. Gaya bahasa berdasarkan pilihan kata: gaya Bahasa percakapan. Gaya bahasa berdasarkan nada: gaya mulia dan bertenaga, gaya menengah. Gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat: gaya paralelisme.

Gaya bahasa yang digunakan Oki Setiana Dewi dalam penyampaian dakwahnya tersebut menggunakan gaya Bahasa mulia dan bertenaga karena ketika menyampaikannya dengan emosi yang bertujuan untuk mengajak seluruh manusia untuk memiliki rasa iman yang kuat agar tetap mencintai Allah dan Rasulullah. Hasil gaya bahasa Oki Setiana Dewi pada media youtube merupakan gaya bahasa percakapan dan Oki sering menggunakan gaya gerak mimik wajah, dan pada video youtube yang saya bahas Oki berdakwah dalam posisi duduk sehingga sering menggerakkan tangannya.

Dari seluruh data yang telah diperoleh peneliti, berdasarkan analisis konten, peneliti menemukan beberapa hal yang terkait dengan Strategi dan Gaya Dakwah Muslimah Milenial Studi Dakwah Oki Setiana Dewi di Youtube. Strategi dakwah Menurut Hamel dan Prahalad menyatakan bahwa "strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan" (Husein Umar, 2010). Menurut Ahmad S. Adnan Putra mengatakan strategi adalah bagian dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari perencanaan, yang pada akhirnya perencanaan adalah suatu fungsi dasar dari fungsi manajemen, Maka strategi itu pada hakikatnya adalah suatu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasionalnya (Rosay Ruslan, 2000).

Strategi adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu (Asmuni Syukri, 1983). Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Di samping itu dapat pula berarti kemampuan yang terampil dalam menangani dan merencanakan sesuatu. Sedangkan tujuan suatu strategi ialah untuk merebut kemenangan atau meraih suatu hasil yang diinginkan. Strategi dakwah sebagai metode, siasat, taktik atau

manuver yang di pergunakan dalam aktivitas (kegiatan dakwah) (Murniati Sirajuddin, 2014).

Strategi dakwah adalah merupakan suatu metode, siasat, taktik yang dipergunakan dalam aktifitas atau kegiatan dakwah, yang peranannya sangat menentukan dalam proses pencapaian tujuan dakwah. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi sebagai fenomena terbuka luasnya ruang dan waktu bukan hanya sebuah keniscayaan yang tidak dapat ditampik, melainkan juga menguntungkan bagi interaksi peradaban seluruh umat manusia (Suwardi Lubis, 2017). Kemunculannya menjadikan globalisasi sebagai sebuah ideologi bagi masyarakat masa kini yang juga disebut sebagai masyarakat informasi, sehingga memilih dan menggunakan media dakwah yang tepat sudah merupakan keharusan dan tuntutan zaman (Murniati Sirjuddin, 2014). Menurut Natang Fatah dalam buku karya Ahmad yang berjudul Manajemen Strategis menyatakan bahwa strategi adalah prosedur yang sistematis dalam melaksanakan rencana yang komprehensif dan berjangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat didefinisikan sebagai rencana tindakan yang menguraikan bagaimana mencapai tujuan yang ditetapkan (Ahmad, 2020). Menurut Onong Uchjana Effendy yang dikutip Jalaluddin strategi merupakan suatu perencanaan (planning), dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan strategi yang tidak hanya berfungsi sebagai petunjuk satu arah saja melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya (Jalaludin, 2009).

Usaha-usaha modernisasi dakwah menjadi perhatian utama umat Islam baik sebagai suatu konsepsi pemikiran dakwah maupun dalam pemanfaatan alat-alat teknologi mutakhir. Kegiatan dakwah berhadapan dengan kecanggihan teknologi komunikasi, masyarakat dibanjiri oleh berbagai informasi yang dikemas dalam perspektif liberalisme kapitalis (Faizah & Lalu Muchsin Efendi, 2015). Dalam menghadapi serbuan macam-macam nilai pilihan hidup tersebut, dakwah diharapkan dapat menjadi suluh yang berfungsi sebagai faktor pengimbang, penyaring dan pemberi arah dalam hidup (Murniati Sirajudin, 2014). Untuk menopang fungsi-fungsi tersebut diperlukan suatu kerangka konseptual yang mumpuni dalam menyahuti secara konstruktif isyara-isyarat zaman dengan melakukan optimalisasi potensi intelektualitas para pelaku dakwah dengan pembenahan sumber daya mubalig, yang merupakan salah satu agenda penting untuk menjadikan dakwah Islam sebagai tulang punggung peradaban (Moh Ali Aziz, 2009). Strategi memiliki beberapa sifat. Menurut Jauch dan Glueck sebagai berikut:

- a. Unfield, Menyatukan seluruh bagia-bagian dalam organisasi atau perusahaan.
- b. Complex, bersifat menyeluruh mencakup seluruh aspek dalam organisasi atau perusahaan.
- c. Integral, dimana seluruh strategi akan sesuai dari seluruh tingkatan (Amirullah, 2015).

Dalam dakwah tentu saja perlu strategi/planning. Adapun Strategi dakwah yang digunakan oleh Ustadzah Oki Setiana Dewi pada media youtube, ia menceritakan kisah-kisah nabi terlebih dahulu, kemudian menyimpulkan ceramah yang telah disampaikan sebelumnya dengan cara mengambil hikmah dari kisah-kisah nabi tersebut.

Gaya Dakwah

Gaya (Style) adalah sebuah karakteristik untuk mempresentasikan sesuatu, sikap, gerakan. Gaya adalah cara mengungkapkan diri sendiri entah melalui bahasa, tingkah laku, berpakaian dan sebagainya (Achmad Fauzi, 2018). Gaya adalah ciri khas penceramah ketika menyampaikan sesuatu pesan kepada para pendengar (audien), biasanya gaya (style) relatif tetap. Oleh karena itu ceramah yang baik gaya perlu mendapatkan perhatian yang serius. Jadi gaya yang sudah menjadikan ciri khas itu dapat diperbaiki dan diperbanyak agar dapat bervariasi. Ini dimaksud untuk menjauhkan kebosanan dan dugaan yang kurang baik dari para audien (Asmuni Syukur, 1983).

Gaya adalah (style) dan keindahan berbahasa, yang dalam dakwah diimplementasikan dalam khutbah dan tabligh dengan khalayak yang luas. Retorika menurut Encyclopedia

Britanica, yaitu kesenian mempergunakan bahasa untuk menghasilkan kesan yang diinginkan terhadap pendengar dan pembaca (Anwar Arifin, 2011). Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya adalah ilmu yang membahas bagaimana cara menyampaikan sesuatu kepada orang lain menggunakan berbagai bentuk seni-seni berbicara dengan maksud dapat mempengaruhi perasaan dan keinginan orang lain, artinya gaya dakwah itu suatu ilmu pengetahuan yang memiliki dasar dasar dan aturan-aturan main yang menjelaskan hal-hal yang harus dimiliki oleh seorang orator dari sifat sifat serta tata cara (etika) dalam menyampaikan dakwah (Samsul Munir Amin, 2009).

Dengan demikian diharuskan bagi setiap orator mempelajari gaya dakwah agar pidato atau yang disampaikan diterima orang lain sehingga tercapai tujuan yang diharapkan. Oki Setiana Dewi menggunakan gaya dakwah repitisi, yaitu seorang pembicara memberi tausyiah dengan mengulang-ulang kata-kata yang dianggap penting. Oki Setiana Dewi ketika berdakwah di youtube, beliau lebih sering duduk sambil berdakwah, akan tetapi itu tidak mengurangi ke unikan beliau dalam berdakwah pada media youtube nya.

Gaya bahasa dakwah adalah cara penyampaian bahasa, yang disebut juga style atau gaya bahasa menjadi bagian dari suatu pertanyaan atau susunan kata atau pilihan kata, yang mempertanyakan apakah penggunaan kata, frasa atau klausa tertentu tepat untuk menghadapi situasi tertentu. gaya Bahasa adalah cara menggunakan bahasa dalam konteks tertentu, oleh orang tertentu, untuk tujuan tertentu. Bila dilihat dari fungsi bahasa, penggunaan gaya bahasa termasuk ke dalam fungsi puitik, yaitu menjadikan pesan lebih berbobot.

Pemakaian gaya bahasa yang tepat (sesuai dengan waktu dan penerima yang menjadi sasaran) dapat menarik perhatian penerima (Moh Ali Aziz, 2009). Bahasa tentang pemilihan jenis bahasa (bahasa daerah, bahasa nasional atau campuran) tergantung kondisi dan tingkat formalitas acaranya. Bahasa merupakan faktor yang sangat kuat pengaruhnya terhadap keberhasilan pidato. Hal ini dapat kita pahami dengan melihat fungsi bahasa sebagai alat komunikasi atau alat pengungkap gagasan manusia. Kalau maksud dan tujuan berpidato adalah menyampaikan gagasan kepada penyimak, maka bahasa merupakan alat yang dapat menyampaikan gagasan. Pembicara harus mampu secara tepat memilih bahasa yang cocok dengan situasi dan kondisi penyimak, di samping ia juga harus mampu menyampaikan bahasa yang dipilihnya itu dengan lafal yang tepat dan jelas, intonasi yang sesuai dengan isi bahasa yang disampaikan (Dori Wuwur Hendrikus, 1991).

Gaya bahasa Oki Setiana Dewi pada media youtube, ia menggunakan bahasa indonesia dan sedikit bahasa arab, dan Ustadzah Oki Setiana Dewi menggunakan gaya Bahasa percakapan, beliau juga sering menggunakan gaya gerak mimic wajah dan pada video youtube yang saya bahas Oki berdakwah dalam posisi duduk sehingga beliau sering menggerakkan tangannya.

KESIMPULAN

Strategi dakwah Oki Setiana Dewi dalam membangun dakwahnya di Youtube, Oki menggunakan gaya berdasarkan pilihan kata, Oki menggunakan gaya bahasa percakapan dan berdasarkan pemilihan bahasa berdasarkan nada, Oki menggunakan gaya bahasa mulia dan bertenaga. Sedangkan bahasa berdasarkan struktur kalimat. Oki menggunakan gaya bahasa paralelisme. Gaya dakwah yang menarik dari Oki Setiana Dewi di Youtube, beliau menggunakan gaya gerak tubuh dengan sikap badan yang tegap, penampilan pakaian yang muslimah dan syar'i, serta elegan dalam penampilan dan gerakan tangan, senyum serta pandangan mata semua menggunakan ekspresi wajah, dari megerutkan kening, alis, wajah marah, sedih, kecewa, gembira. Semua telah tergambar dengan jelas dalam video dakwah Youtube Oki 57 Setiana Dewi. Agar cerita yang disampaikan oleh da'i mudah dipahami dan dimengerti oleh mad'u. Bagi masyarakat terutama para orangtua, hendaknya menanamkan kepada anak-anak mereka yang akan menjadi generasi selanjutnya, untuk meningkatkan

Pendidikan, lebih-lebih halnya ilmu agama. Peran seorang pemuda dalam masyarakat itu sangatlah penting dalam Pendidikan dan pergaulan di masyarakat sehingga lebih mempunyai pengetahuan yang luas. Kajian semacam ini perlu di kembangkan khususnya pada unsur strategi dan gaya dakwah, agar bisa menjadi bekal bagi jurusan dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

1. Siti Zaida dkk. (2022). "Strategi Dakwah Muslimah Di Perkotaan: Studi Pada Komunitas Humaira Surakarta," vol. 03.
2. Ahmad Setiadi. (2016). 'Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi'. <Https://Ejurnal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Cakrawala/Article/View>.
3. M. Syukur Ifansyah dkk. (2020). Analisis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jum'ah Amin (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Indonesia).
4. Nugroho J. Setiadi. (2008). "Business Economics and Managerial Decision Making". Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
5. Wahyu Ilaihi. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
6. Devina Isaura Putri Nasichah. (2022). "Efektivitas Dakwah di Media Sosial Pada Akun Youtube: Oki Setiana Dewi," vol. 3 (2 July 2022).
7. Alviendra Chintia & Maria Nur Faddillah. (2023). "Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa Pada Era Globalisasi Di Kabupaten Pacitan," vol.4.
8. Gebi Dwi Syafitri & Ermawati Arief. (2023). "Strategi Kesantunan Berbahasa Dalam Video Ceramah Ustadzah Oki Setiana Dewi Pada Media Youtube," vol. 2.
9. Muhammad Idrus. (2007). *Metode Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif)*: UII Press.
10. Nandiastuti Septi. (2020). *Retorika Dakwah Gus Miftah Melalui Youtube*. Skripsi, Iain Purwokerto.
11. Ermawati Arief, "Strategi Kesantunan Berbahasa Dalam Video Ceramah Ustadzah Oki Setiana Dewi Pada Media Youtube.
12. Muhammad Munir & Wahyu Iliahi. (2006). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
13. Fathul Wahid. (2004). *E-Dakwah: Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gaya Media.
14. Retorika Dakwah Ustadzah Haneen Akira Di Video Youtube: Analisis Semiotik Gaya Bahasa Dan Bahasa Tubuh Dalam Ceramah Pemuda Masa' Gitu - Digilib Uin Sunan Ampel Surabaya," H.26, Accessed July 29, 2022."
15. Moh.Ali Aziz. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
16. Lukman Hakim & Alfan Bachtiar. (2021). Dakwah Online Dalam Perspektif Masyarakat Modern Di Media Sosial Youtube, *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, Vol. 2 No. 2.
17. Titin Rahmawati. (2018). *Analisis Semiotik Gaya Retorika Dakwah Oki Setiana Dewi Dalam Kisah Detikdetik Wafatnya Rasulullah SAW Pada Media Youtube*". Skripsi. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
18. Ayu Ebi Rania. (2021). "Retorika Dakwah Bil Qashahs (Cerita) Oki Setiana Dewi Dalam Kisah Bilal Bin Rabbah R.A Pada Media Youtube Kajian Semiotika Roland Barthes". Skripsi: Institus Agama Islam Negeri Syekh Nurjati.
19. Husein Umar. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
20. Rosady Ruslan. (2000). *Kiat Dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: Grafindo Persada.
21. Asmuni Syukir. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas.
22. Murniati Sirajuddin. (2014). "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang Dan Tantangan)", *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, Vol. 1 No. 1.

-
23. Suwardi Lubis. (2017). “Teknologi Internet Sebagai Media Dakwah”, *Jurnal Media Dakwah*, Volume. 1 Nomor. 1.
 24. Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: Nass Media Pustaka.
 25. Jaluddin. (2009). Strategi Dakwah Islam Tentang Perilaku Kekerasan Orang Tua Terhadap Anak, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi. Skripsi UniversitasIslam Negeri Raden Fatah Palembang.
 26. Faizah & Lalu Muchsin Effendi. (2015). Psikologi Dakwah. Jakarta: Rahmat Semesta.
 27. Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja* Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).
 28. Achmad fauzi. (2018). “Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad”. Skripsi Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
 29. Anwar Arifin. (2011). *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
 30. Samsul Munir Amin. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
 31. Dori Wuwur Hendrikus. (1991). *Retorika: Terampil Berpidato, Berdiskusi, Berargumentasi, Bernegosiasi*. Yogyakarta: Kanisius.