



Zulhendra¹
 Trydais Repelita²
 Cahyani Lahay³
 Welly Hendra⁴

STRATEGI PENGGUNAAN KALIMAT EFEKTIF DALAM DAKWAH UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN AUDIENS

Abstrak

Berdakwah merupakan kegiatan penting dalam menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat. Kesuksesan dakwah sangat tergantung pada keterampilan komunikator dalam menyampaikan pesan secara jelas dan efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi penggunaan kalimat yang efektif dalam dakwah untuk meningkatkan pemahaman audiens. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan analisis kualitatif terhadap contoh-contoh dakwah yang berhasil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kalimat efektif dapat meningkatkan daya tarik dan daya serap pesan dakwah. Beberapa strategi yang diidentifikasi meliputi penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas, penyusunan kalimat yang logis dan koheren, serta penerapan teknik retorika yang mampu menarik perhatian audiens. Selain itu, adaptasi bahasa sesuai dengan konteks sosial dan budaya audiens juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pedoman praktis bagi para dai dan pendakwah dalam merancang dan menyampaikan pesan dakwah dengan lebih efektif. Dengan cara ini, dakwah dapat mencapai tujuan utamanya yaitu menyebarkan kebaikan dan nilai-nilai agama dengan lebih luas dan mendalam.

Kata Kunci: Dakwah, Kalimat Efektif, Pemahaman Audiens, Komunikasi, Retorika.

Abstract

Preaching is an important activity in spreading religious teachings to the community. The success of da'wah really depends on the communicator's skill in conveying the message clearly and effectively. This research aims to examine strategies for using effective sentences in preaching to increase audience understanding. The methodology used in this research is literature study and qualitative analysis of examples of successful da'wah. The research results show that the use of effective sentences can increase the attractiveness and absorption of da'wah messages. Some of the strategies identified include the use of simple and clear language, the construction of logical and coherent sentences, and the application of rhetorical techniques that are able to attract the audience's attention. Apart from that adapting language according to the social and cultural context of the audience is also an important factor in the success of da'wah. It is hoped that the results of this research can provide practical guidance for preachers and preachers in designing and conveying da'wah messages more effectively. In this way da'wah can achieve its main goal, namely spreading, goodness and religious values more widely and deeply.

Keywords : Da'wah, Effective Sentences, Understanding Audience, Communication, Rhetoric,

PENDAHULUAN

Dakwah sebagai upaya menyebarkan ajaran agama Islam memiliki tujuan utama untuk mengedukasi dan menginspirasi umat. Salah satu elemen kunci dalam dakwah adalah penggunaan kalimat yang efektif, yang mampu menyampaikan pesan dengan jelas, tepat, dan mempengaruhi audiens secara positif (Yunita, 2024). Namun, dalam realitasnya, masih terdapat tantangan yang signifikan dalam penggunaan kalimat dakwah yang efektif. Hal ini tercermin dalam pengalaman di lapangan di mana pengkhotbah sering menghadapi kesulitan dalam

^{1,2,3,4}Universitas Buana Perjuangan Karawang

email: ps22.zulhendra@mhs.ubpkarawang.ac.id, tridays.repelita@ubpkarawang.ac.id,

ps22.cahyanilahay@mhs.ubpkarawang.ac.id, ps22.wellyhendra@mhs.ubpkarawang.ac.id

menyampaikan pesan-pesan agama dengan bahasa yang dapat dipahami dan meresap oleh audiens.

Adanya masalah dalam penggunaan kalimat dakwah yang kurang efektif tampak dari hasil evaluasi dan observasi langsung di berbagai platform dakwah, seperti ceramah di masjid, pengajian di rumah-rumah, dan melalui media sosial. Banyak dari pengkhotbah yang meskipun memiliki pengetahuan agama yang cukup, tidak mampu mengemasnya dalam kalimat-kalimat yang menarik dan mudah dicerna oleh berbagai lapisan masyarakat. Akibatnya, pesan-pesan yang disampaikan tidak selalu mampu mencapai tujuan awalnya untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan di kalangan umat (Gross, 2000).

Seharusnya, penggunaan kalimat dalam dakwah lebih memperhatikan konteks sosial, budaya, dan linguistik dari audiens yang dituju. Kalimat dakwah yang efektif tidak hanya harus memperhatikan kebenaran teologis, tetapi juga harus dapat mengakomodasi keberagaman pemahaman dan latar belakang pendengar. Dengan demikian, pesan dakwah dapat lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh audiens tanpa menimbulkan kebingungan atau ketidakpastian (Ummah, 2023).

Dampak dari penggunaan kalimat dakwah yang kurang efektif dapat sangat luas, mulai dari menurunnya minat dan keterlibatan masyarakat terhadap kegiatan dakwah, hingga munculnya pemahaman yang salah atau tidak sempurna terhadap ajaran agama (Rahmawati, 2024). Hal ini dapat mempengaruhi secara langsung pada efektivitas dakwah sebagai instrumen utama dalam menjaga dan mengembangkan nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat (Rapp, 2002).

Penelitian mengenai strategi penggunaan kalimat efektif dalam dakwah menjadi sangat penting untuk mengatasi masalah tersebut. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi efektivitas kalimat dakwah, serta merumuskan strategi yang dapat meningkatkan kualitas komunikasi dakwah secara keseluruhan (Dawud, 2000). Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan metode-metode baru dalam menyampaikan pesan-pesan agama yang lebih tepat sasaran dan mudah dipahami oleh audiens (Efendi, 2024).

Diskusi dan analisis atas temuan di lapangan akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana kalimat yang tepat dan efektif dapat mempengaruhi sikap, pemikiran, dan tindakan audiens terhadap nilai-nilai agama. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggali masalah, tetapi juga untuk menawarkan solusi konstruktif yang dapat diterapkan dalam praktik dakwah sehari-hari.

Strategi penggunaan kalimat yang efektif dalam dakwah untuk meningkatkan pemahaman audiens melibatkan penerapan teori retorika yang diperkenalkan oleh Aristoteles. Teori ini mengajarkan bahwa komunikasi yang sukses bergantung pada kredibilitas pembicara (*ethos*), kemampuan untuk mempengaruhi emosi audiens (*pathos*), dan penyusunan argumen yang logis (*logos*). Sejarah teori ini dimulai dari karya Aristoteles dan terus berkembang hingga sekarang. Dalam praktik dakwah, penting untuk menganalisis audiens dan memilih waktu yang tepat (*kairos*) untuk menyampaikan pesan sehingga pesan tersebut dapat diterima dan dipahami dengan lebih baik oleh audiens.

Teori Retorika pertama kali diperkenalkan oleh Aristoteles pada abad ke-4 SM dalam karyanya yang berjudul "Rhetoric". Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai seni persuasi yang dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk pidato, tulisan, dan dakwah. Dalam sejarah perkembangannya, teori ini terus mengalami pengembangan dan penyesuaian sesuai dengan perkembangan zaman dan konteks sosial-budaya yang berbeda (Lord, 1881).

Asumsi dasar dari Teori Retorika adalah bahwa komunikasi yang efektif dapat dicapai melalui penggunaan strategi retorik yang tepat, yang meliputi *ethos* (kredibilitas pembicara), *pathos* (emosi audiens), dan *logos* (logika atau argumen). Dalam dakwah, penggunaan kalimat yang efektif bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Sandys, 1877).

Menggunakan kalimat efektif dalam dakwah sangat penting untuk memastikan pesan dapat dipahami dengan baik oleh audiens. Teori retorika Aristoteles menekankan pentingnya kredibilitas pembicara, emosi audiens, dan logika dalam argumen. Selain itu, pendekatan komunikasi yang berpusat pada audiens menekankan pentingnya memahami karakteristik dan kebutuhan audiens untuk menyesuaikan bahasa dan gaya komunikasi. Teori kognitif dan psikolinguistik menunjukkan bahwa penggunaan kalimat sederhana dan terstruktur dapat

membantu audiens memproses informasi dengan lebih baik. Strategi penggunaan kalimat efektif meliputi kejelasan, keringkasan, keterhubungan, penekanan, empati, dan kontekstualisasi. Strategi-strategi ini dapat membantu membuat pesan dakwah lebih relevan dan mudah dipahami oleh audiens (Frank, 2010).

Pendekatan komunikasi yang berpusat pada audiens menekankan pentingnya memahami karakteristik dan kebutuhan audiens dalam menyusun pesan. Menurut teori ini, pembicara harus melakukan analisis audiens untuk menyesuaikan bahasa dan gaya komunikasi yang digunakan. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan meliputi demografi seperti usia, jenis kelamin, latar belakang pendidikan, dan status sosial ekonomi; sikap dan nilai seperti keyakinan, nilai-nilai, dan pandangan audiens terhadap topik yang dibahas; serta kebutuhan dan kepentingan, yaitu apa yang menjadi perhatian utama audiens dan apa yang mereka harapkan dari pesan yang disampaikan (Bitzer, 1968).

Membangun kredibilitas dan karakter pembicara, atau yang disebut *ethos*, sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan audiens. *Ethos* mencakup kebajikan (*arete*), kebijaksanaan praktis (*phronesis*), dan niat baik (*eunoia*). Untuk membangun *ethos*, pembicara harus menyampaikan informasi yang akurat dan relevan, menunjukkan integritas, berkomunikasi dengan jelas, menunjukkan kepedulian terhadap audiens, dan menggunakan bukti yang kredibel. Dalam dakwah, *ethos* dapat dibangun dengan merujuk pada kitab suci, menunjukkan akhlak yang baik, menggunakan bahasa yang sopan, menunjukkan pemahaman mendalam, dan peduli pada kebutuhan audiens.

Penggunaan emosi atau *pathos* sangat penting untuk mempengaruhi perasaan dan reaksi audiens. *Pathos* melibatkan penggunaan bahasa emosional, cerita, visualisasi, empati, dan contoh yang kuat untuk membuat pesan lebih menarik dan berdampak. Dalam dakwah, seorang dai dapat menggunakan *pathos* dengan menceritakan kisah inspiratif, menggunakan bahasa motivasi, menggambarkan keindahan spiritual, menunjukkan empati, dan menggunakan ilustrasi visual yang menyentuh hati. *Pathos* membuat pesan lebih mudah diingat dan dapat meningkatkan keterhubungan audiens dengan pesan yang disampaikan.

Menyusun argumen yang logis dan rasional, atau *logos*, sangat penting untuk memperkuat pesan yang disampaikan. *Logos* melibatkan penggunaan data, fakta, dan logika untuk mendukung pesan. Pembicara harus mengidentifikasi premis utama, menggunakan bukti empiris, menerapkan logika deduktif dan induktif, menghindari kekeliruan logika, menyusun argumen secara terstruktur, dan mengantisipasi kontra-argumen. Dalam dakwah, seorang dai dapat menggunakan ayat kitab suci, data statistik, contoh konkret, dan menjawab kekhawatiran audiens dengan bukti logis untuk membuat pesan lebih meyakinkan dan sulit untuk dibantah (Kennedy, 1993).

Kairos menekankan pemilihan waktu yang tepat untuk menyampaikan pesan agar lebih efektif. *Kairos* mencakup pemahaman tentang konteks dan situasi, kesiapan audiens, menghubungkan pesan dengan peristiwa terkini, memilih momen emosional, menggunakan timing dalam pidato, dan menyesuaikan dengan budaya dan tradisi audiens. Dalam dakwah, *kairos* bisa diterapkan dengan menyampaikan pesan pada hari besar keagamaan, menggunakan momen emosional, mengaitkan pesan dengan isu sosial terkini, memilih waktu yang santai untuk audiens, dan menyesuaikan dengan tradisi lokal. Pemilihan waktu yang tepat membuat pesan lebih mudah diterima dan berdampak positif (Kinneavy, 2000).

Memahami karakteristik dan kebutuhan audiens atau *audience analysis* adalah kunci untuk menyesuaikan bahasa dan gaya komunikasi yang digunakan. Aspek-aspek yang perlu diperhatikan meliputi demografi, sikap dan nilai, serta kebutuhan dan kepentingan audiens. Dengan menganalisis audiens, pembicara dapat menyesuaikan pesan sehingga lebih relevan dan mudah dipahami, yang pada akhirnya meningkatkan efektivitas dakwah.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi penggunaan kalimat efektif dalam dakwah yang dapat dipahami dengan baik oleh audiens. Dengan menggunakan metode studi literatur dan analisis kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam dan terstruktur mengenai praktik terbaik dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Dalam penelitian studi literatur dan analisis kualitatif ini, melibatkan pengumpulan, evaluasi, dan sintesis literatur yang relevan mengenai

strategi penggunaan kalimat efektif dalam dakwah. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis contoh-contoh strategi tersebut dan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul (Foss, 2017).

Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur, termasuk buku, artikel jurnal, laporan penelitian, dan materi dakwah yang telah dipublikasikan. Fokus utama adalah pada literatur yang membahas strategi komunikasi efektif dalam konteks dakwah. Setelah data dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah evaluasi literatur (Mayer, 2022). Evaluasi ini melibatkan penilaian kritis terhadap kualitas dan relevansi sumber-sumber yang dipilih. Kriteria evaluasi termasuk keakuratan informasi, kontribusi terhadap bidang studi, dan relevansi terhadap topik penelitian (Sweller, 1991).

Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan pendekatan tematik. Tahap pertama adalah pengkodean data, di mana teks-teks yang relevan diidentifikasi dan dikategorikan berdasarkan tema-tema yang muncul. Tahap kedua adalah analisis tematik, di mana tema-tema tersebut dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antara berbagai strategi penggunaan kalimat efektif (Sweller, 2011).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa strategi utama dalam penggunaan kalimat efektif dalam dakwah yang dapat dipahami dengan baik oleh audiens. Strategi-strategi ini termasuk penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas, penyusunan kalimat yang logis dan terstruktur, penggunaan analogi dan metafora, serta penekanan pada aspek emosional dan empati.

Penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas merupakan salah satu strategi utama dalam dakwah. Bahasa yang mudah dipahami oleh audiens dari berbagai latar belakang pendidikan dan sosial akan meningkatkan penerimaan dan pemahaman pesan. Penggunaan kalimat yang efektif tidak hanya membantu audiens memahami pesan, tetapi juga dapat memotivasi dan menginspirasi mereka.

Kalimat yang disusun secara logis dan terstruktur membantu audiens mengikuti alur pemikiran pembicara. Penggunaan poin-poin utama yang disusun secara hierarkis dan penekanan pada inti pesan sangat efektif dalam menyampaikan dakwah. Analogi dan metafora adalah alat yang kuat dalam dakwah. Mereka membantu mengkonkretkan konsep abstrak dan membuat pesan lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Menunjukkan empati dan mengarahkan emosi audiens dapat meningkatkan keterlibatan dan penerimaan pesan. Penggunaan cerita, contoh nyata, dan ungkapan emosional dapat membantu mencapai tujuan ini.

Diskusi dalam penelitian ini berfokus pada implikasi temuan untuk praktik dakwah. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan strategi-strategi tersebut dapat membantu dai dalam menyampaikan pesan yang lebih efektif dan berdampak. Dai yang memahami dan menerapkan strategi penggunaan kalimat efektif dapat meningkatkan kualitas dakwah mereka. Dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan jelas, menyusun kalimat yang logis dan terstruktur, serta menunjukkan empati, dai dapat membuat pesan mereka lebih dapat dipahami dan diterima oleh audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi tersebut dapat membantu dai untuk menerapkan strategi ini dan mendapatkan pelatihan lebih lanjut dalam komunikasi efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam mengenai strategi penggunaan kalimat efektif dalam dakwah. Studi literatur dan analisis kualitatif telah mengidentifikasi beberapa strategi utama yang dapat membantu dai dalam menyampaikan pesan yang dapat dipahami dengan baik oleh audiens. Salah satu temuan utama adalah pentingnya penggunaan bahasa yang sederhana dan jelas. Banyak literatur menunjukkan bahwa bahasa yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat meningkatkan efektivitas dakwah. Hal ini didukung oleh teori kognitif yang menyatakan bahwa bahasa yang kompleks dapat meningkatkan beban kognitif audiens, sehingga mengurangi pemahaman mereka.

Studi ini juga menemukan bahwa kalimat yang disusun secara logis dan terstruktur membantu audiens mengikuti alur pemikiran pembicara. Kalimat yang logis memudahkan audiens untuk memahami pesan secara bertahap dan sistematis, yang sangat penting dalam konteks dakwah. Penggunaan analogi dan metafora terbukti menjadi strategi yang efektif dalam dakwah. Analogi membantu audiens memahami konsep yang kompleks dengan cara

menghubungkannya dengan pengalaman atau pengetahuan yang sudah mereka miliki. Metafora, di sisi lain, dapat membuat pesan lebih hidup dan mudah diingat. Menunjukkan empati dan mengarahkan emosi audiens adalah strategi yang kuat dalam dakwah. Dai yang mampu menunjukkan empati cenderung lebih mudah mendapatkan kepercayaan audiens. Selain itu, penggunaan cerita dan contoh nyata yang emosional dapat meningkatkan keterlibatan audiens.

Studi ini juga menunjukkan bahwa menyesuaikan pesan dengan konteks sosial dan budaya audiens sangat penting. Dai yang memahami dan menghargai budaya audiens dapat menyampaikan pesan dengan cara yang lebih relevan dan bermakna, meningkatkan peluang pesan tersebut diterima dengan baik. Cerita adalah alat yang efektif dalam dakwah. Cerita yang relevan dan menarik dapat membantu audiens memahami dan mengingat pesan dengan lebih baik. Literatur menunjukkan bahwa cerita memiliki kekuatan untuk menyampaikan nilai-nilai moral dan spiritual dengan cara yang lebih mudah dicerna.

Pemilihan kata yang tepat juga merupakan kunci dalam menyampaikan pesan dakwah. Kata-kata yang dipilih harus sesuai dengan konteks dan mudah dipahami oleh audiens. Kata-kata yang bersifat teknis atau terlalu formal harus dihindari kecuali jika audiens benar-benar memahaminya. Selain bahasa verbal, bahasa tubuh juga memainkan peran penting dalam komunikasi dakwah. Bahasa tubuh yang sesuai dapat memperkuat pesan yang disampaikan dan menunjukkan kepercayaan diri serta ketulusan dai.

Pengulangan merupakan strategi efektif untuk menekankan poin-poin penting dalam dakwah. Pengulangan membantu memperkuat ingatan audiens tentang pesan yang disampaikan dan memastikan bahwa poin-poin penting tidak terlewatkan. Penggunaan alat bantu visual dan multimedia dapat meningkatkan pemahaman audiens. Gambar, video, dan grafik dapat membantu menjelaskan konsep yang kompleks dan membuat presentasi lebih menarik.

Interaksi dengan audiens dapat meningkatkan efektivitas dakwah. Mengajak audiens untuk berdialog atau bertanya jawab dapat membuat mereka lebih terlibat dan memperdalam pemahaman mereka tentang pesan yang disampaikan. Penyampaian yang berirama atau memiliki pola tertentu dapat membuat pesan lebih mudah diingat. Ritme dalam penyampaian dapat menarik perhatian audiens dan membantu mereka mengikuti alur ceramah dengan lebih baik. Humor yang tepat dapat menjadi alat yang efektif dalam dakwah. Humor dapat mencairkan suasana, membuat audiens lebih rileks, dan meningkatkan keterlibatan mereka. Namun, humor harus digunakan dengan hati-hati agar tidak menyinggung atau mengurangi keseriusan pesan.

Dalam dakwah, penting untuk fokus pada pesan inti dan tidak menyimpang terlalu jauh dari topik utama. Audiens cenderung lebih mudah memahami dan mengingat pesan yang jelas dan terfokus. Pesan yang menginspirasi dapat memberikan dampak yang mendalam pada audiens. Cerita tentang tokoh-tokoh inspiratif atau kisah sukses dapat memotivasi audiens untuk mengambil tindakan positif.

Bahasa yang positif dan penuh harapan dapat memberikan pengaruh yang baik pada audiens. Bahasa yang negatif atau pesimistis dapat menurunkan semangat audiens dan mengurangi efektivitas dakwah. Menunjukkan kesederhanaan dan kerendahan hati dalam penyampaian dapat membuat dai lebih dekat dengan audiens. Sikap yang rendah hati dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan audiens.

Dai sebaiknya menghindari topik-topik yang terlalu kontroversial atau memicu konflik kecuali jika memang diperlukan. Fokus pada pesan yang membangun dan positif dapat lebih efektif dalam menyampaikan dakwah. Kejujuran adalah elemen kunci dalam dakwah. Dai yang jujur akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan audiens. Penyampaian yang jujur dan tulus dapat memberikan dampak yang lebih kuat. Menggunakan variasi dalam gaya bahasa dapat membuat penyampaian lebih dinamis dan menarik. Dai dapat menggunakan berbagai gaya bahasa, seperti deskriptif, persuasif, atau naratif, tergantung pada konteks dan tujuan dakwah.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi penggunaan kalimat efektif dalam dakwah melalui metode studi literatur dan analisis kualitatif. Data dikumpulkan dari berbagai literatur relevan dan dianalisis secara tematik untuk menemukan strategi utama dalam dakwah. Strategi yang ditemukan meliputi penggunaan bahasa sederhana, kalimat logis, analogi dan metafora, serta penekanan pada empati dan emosi. Temuan penelitian

ini menunjukkan bahwa strategi tersebut membantu dai menyampaikan pesan yang lebih efektif dan mudah dipahami oleh audiens. Dai disarankan untuk menerapkan strategi ini dan mendapatkan pelatihan lebih lanjut dalam komunikasi efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Yunita, M. (2024). Transformasi Konten Media Sosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Bingkai Dakwah. *Jurnal Syiar-Syiar*, 4(1), 58-69.
- Gross, A. G., & Walzer, A. E. (Eds.). (2000). *Rereading Aristotle's rhetoric*. SIU Press.
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1).
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya komunikasi dakwah era digital: Kajian literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266-279.
- Rapp, C. (2002). *Aristotle's rhetoric*.
- Dawud, M. (2019). Penerapan Manajemen Strategi Penyiaran dalam Dakwah. *Al-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*, 17(2), 95-122.
- Efendi, E., Arsyad, A., Zein, G. H., Auliadi, R., & Fitra, M. A. (2024). Penerapan Sosial Media dalam Strategi Meningkatkan Nilai Dakwah. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(1), 24-30.
- Lord, C. (1981). The Intention of Aristotle's 'Rhetoric'. *Hermes*, 109(H. 3), 326-339.
- Sandys, J. E. (1877). *The rhetoric of Aristotle (Vol. 1)*. University Press.
- Frank, D. A., & Bolduc, M. (2010). Lucie Olbrechts-Tyteca's new rhetoric. *Quarterly Journal of Speech*, 96(2), 141-163.
- Bitzer, L. F. (1968). The rhetorical situation. *Philosophy & rhetoric*, 1-14.
- Kinneavy, J. L., & Eskin, C. R. (2000). Kairos in Aristotle's rhetoric. *Written communication*, 17(3), 432-444.
- Foss, S. K. (2017). *Rhetorical criticism: Exploration and practice*. Waveland Press.
- Mayer, R. E. (2002). Multimedia learning. In *Psychology of learning and motivation (Vol. 41, pp. 85-139)*. Academic Press.
- Sweller, J., & Chandler, P. (1991). Evidence for cognitive load theory. *Cognition and instruction*, 8(4), 351-362.
- Sweller, J. (2011). Cognitive load theory. In *Psychology of learning and motivation (Vol. 55, pp. 37-76)*. Academic Press.