

## BAB II

### TEKNIK TAUSIYAH

#### A. Definisi Teknik Tausiyah

Mengkaji tentang “tausiyah” tidak dapat dipisahkan dengan pembahasan mengenai dakwah, karena “tausiyah” merupakan istilah lain dari dakwah *bi al-lisan*, yaitu dakwah yang dilakukan melalui lisan (Samsul Munir, 2009: 11). Oleh karena itu, kajian ini terlebih dahulu akan memaparkan sekilas tentang definisi “dakwah”. Pengertian dakwah dibagi menjadi dua, secara etimologi dan terminologi. Menurut Samsul Munir (2009: 2), secara etimologi, dakwah diartikan sebagai suatu proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Sedangkan menurut Awaludin dan Wafiah (2005: 3-4), dakwah berasal dari kata دعا يدعو دعوة yang berarti panggilan, seruan dan ajakan.

Secara terminology, Thoah Yahya Omar mengartikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Pada prinsipnya dakwah merupakan upaya mengajak, menganjurkan atau menyerukan manusia agar mau menerima kebaikan dan petunjuk yang termuat dalam Islam (Safroedin Halimi, 2008: 32). Sedangkan orang yang menyampaikan dakwah biasa dikenal

dengan istilah *da'i* (Safrodin Halimi, 2008: 32). Namun, mengingat bahwa proses memanggil atau menyeru tersebut juga merupakan proses penyampaian (*tabligh*) pesan-pesan tertentu, maka orang yang menyampaikan pesan-pesan tersebut juga disebut *mubaligh* (Samsul Munir Amin, 2009: 8).

Secara konsepsional, dakwah Islam memiliki materi dan tujuan-tujuan yang spesifik. Menurut Abdul Halim Mahmud terdapat tiga unsur ajaran Islam sebagai materi dakwah yang harus disampaikan oleh *mubaligh* dalam berdakwah; yakni aqidah, ibadah, dan akhlak. Ketiga aspek tersebut merupakan pondasi yang paling pokok bagi Islam serta peradabannya dan saling terkait satu sama lain. Aqidah yang benar menjadi dasar bagi ibadah yang benar, dan ibadah yang benar menjadi dasar bagi akhlak individu maupun akhlak sosial yang baik dan benar. Selanjutnya, Abdul Halim Mahmud juga mengemukakan tujuan dakwah, sebagai berikut : membantu manusia untuk beribadah kepada Allah swt. sesuai dengan syariatnya, merubah kondisi buruk yang dialami kaum muslim menjadi kondisi yang lebih baik dan benar, mendidik kepribadian muslim dengan pendidikan Islam, dan menyiapkan komunitas muslim yang berdiri atas dasar-dasar budaya dan moralitas Islam (Safrodin Halimi, 2008: 35-36).

Selanjutnya, kajian ini akan memaparkan tentang “tausiyah” itu sendiri, sebagai bagian dari dakwah. Menurut

Raghib Al Asfihani, tausiyah dalam bahasa Arab artinya nasihat atau pesan, berasal dari kata :

وص يوص توصية

Adapun secara terminologi tausiyah ialah nasihat agama atau ceramah agama islam. Contoh kata tausiyah dalam Al Quran adalah QS. Al Ashr ayat 3, QS. Al Baqoroh ayat 132, 180, 182, 240, QS. An Nisa ayat 11-13 dan ayat 131, QS. Al Maidah 106, QS. Al Anam ayat 144, 151,152, dan 153.

إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّصَوْا  
بِالصَّبْرِ

Artinya: “Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan serta saling menasihati untuk kebenaran dan saling menasihati untuk kesabaran” (Depag RI, 2008: 482).

Teknik merupakan operasionalisasi metode kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam kegiatan dakwah terdapat teknik dakwah yang diperlukan sesuai dengan metode yang digunakan. Penerapan teknik berhubungan dengan adanya alat atau media dakwah yang merupakan salah satu aspek dakwah yang diperlukan dalam pelaksanaan dakwah. Alat atau media dakwah adalah seluruh media komunikasi yang digunakan dalam melakukan hubungan dengan orang lain, maka dalam kegiatan dakwah terdapat

kegiatan dakwah yang bermedia maupun tidak bermedia (Ghazali, 1997: 26).

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “*meta*” (melalui) dan “*hodos*” (jalan, cara), dengan demikian dapat diartikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Lebih lanjut, metode berarti cara yang telah diatur dan melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud (Munir, 2006: 6). Menurut Abdul Kadir Munsy metode diartikan sebagai cara untuk menyampaikan sesuatu (Aziz, 2004: 122).

Kaitannya dengan dakwah dalam komunikasi, metode dakwah lebih dikenal sebagai *approach*, yaitu cara-cara yang dilakukan oleh seorang *da'i* atau komunikator untuk mencapai suatu tujuan tertentu atas dasar hikmah dan kasih sayang (Tasmara, 2001: 43). Menurut Samsul Munir Amin (2009: 13), Metode dakwah yaitu cara-cara penyampaian dakwah, baik individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan-pesan dakwah tersebut mudah diterima. Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi *mad'u* sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Hal ini selaras dengan Safrodin Halimi (2008: 37-38) yang menyampaikan bahwa metode dakwah bisa dipahami sebagai cara atau teknik yang digunakan dalam berdakwah agar orang yang didakwahi dapat menerima dakwah secara efektif.

Berdasarkan pemaparan di atas, dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa teknik tausiyah adalah operasional metode atau cara-cara yang bijaksana dan efektif yang dilakukan seorang *mubaligh* sebagai komunikator dalam rangka upaya mengajak, menganjurkan atau menyerukan manusia, agar yang didakwahnya dapat menerima kebaikan dan petunjuk yang termuat dalam Islam dengan menggunakan metode yang menarik dan tidak membosankan, mereka juga merasa nyaman dan faham tentang materi yang disampaikan.

## **B. Unsur-Unsur Tausiyah**

Menurut Awaludin dan Wafiah (2005: 6), dalam berdakwah atau menyampaikan ajaran Islam terdapat beberapa unsur yaitu:

1. *Da'i* (Subjek dakwah).

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi (Aziz, 2004: 75).

Seorang *da'i* yang bijaksana adalah orang yang dapat mempelajari realitas, situasi masyarakat, dan kepercayaan mereka serta menempatkan mereka pada tempatnya masing-masing. Kemudian mengajak mereka berdasarkan kemampuan akal, pemahaman, tabiat, tingkatan keilmuan dan status sosial mereka. Seorang *da'i* yang bijak adalah

yang mengetahui metode yang akan dipakainya (Al-Qathani, 2005: 97).

Sebagai seorang *da'i* harus memulai dakwahnya dengan langkah yang pasti. Diantaranya dengan dimulai dari dirinya sehingga menjadi panutan yang baik bagi orang lain. Kemudian membangun rumah tangganya dan memperbaiki keluarganya, agar menjadi sebuah bangunan muslim yang berasaskan keimanan. Selanjutnya melangkah kepada masyarakat dan menyebarkan dakwah kebaikan di kalangan mereka. Memerangi berbagai bentuk akhlak yang buruk dan berbagai kemungkaran dengan cara bijak. Lalu berupaya untuk menggali keutamaan dan kemuliaan akhlak. Kemudian mengajak kalangan orang yang tidak beragama Islam untuk diarahkan ke jalan yang benar dan sesuai dengan syariat Islam (Al-Qahthani, 2005: 90).

## 2. *Mad'u* (Objek dakwah).

*Mad'u* atau penerima dakwah adalah seluruh umat manusia, baik laki-laki ataupun perempuan, tua maupun muda, miskin atau kaya, muslim maupun non muslim, kesemuanya menjadi objek dari kegiatan dakwah Islam, semua berhak menerima ajakan dan seruan ke jalan Allah (An-Nabiry, 2008: 230).

*Da'i* yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masyarakat yang akan menjadi mitra dakwahnya

adalah calon-calon *da'i* yang akan mengalami kegagalan dalam dakwahnya (Aziz, 2004: 94).

Untuk itu pengetahuan tentang apa dan bagaimana *mad'u*, baik jika ditinjau dari aspek psikologis, pendidikan, lingkungan sosial, ekonomi serta keagamaan, merupakan suatu hal yang pokok dalam dakwah. Hal tersebut akan sangat membantu dalam pelaksanaan dakwah, terutama dalam hal penentuan tingkat dan macam materi yang akan disampaikan, atau metode mana yang akan diterapkan, serta melalui media apa yang tepat untuk dimanfaatkan, guna menghadapi *mad'u* dalam proses dakwahnya (An-Nabiry, 2008: 230-231).

### 3. *Maddah* (Materi dakwah).

Materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Kitabullah maupun Sunnah Rasul Nya. Pada dasarnya materi dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai.

Namun secara garis besar materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok (Anshari, 1993: 146), yaitu :

- a. Masalah aqidah, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut sistem keimanan/kepercayaan terhadap Allah swt. Dalam hal ini, bukan saja pembahasannya

tertuju pada masalah-masalah yang wajib di-imani, akan tetapi materi dakwah meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya (Syukir, 1983: 61).

- b. Masalah syariah, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktifitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, mana yang halal dan haram, mana yang mubah dan sebagainya. Dalam hal ini juga menyangkut hubungan manusia dengan Allah dan hubungan manusia dengan sesamanya.
  - c. Masalah akhlak, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhlukNya.
4. *Wasilah* (Media dakwah).

Media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan (Syukir, 1983: 63). Dengan kata lain, media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh *da'i* untuk menyampaikan materi dakwah. Media dakwah jika dilihat dari bentuk penyampaiannya, dapat digolongkan menjadi lima golongan besar (Ya'kub, 1992: 47-48) yaitu:



- a. Lisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan lidah atau suara. Termasuk dalam bentuk ini adalah khutbah, pidato, ceramah, kuliah, diskusi, seminar, musyawarah, nasihat, pidato-pidato radio, ramah tamah dalam anjang sana, obrolan secara bebas setiap ada kesempatan, dan lain sebagainya.
- b. Tulisan yaitu dakwah yang dilakukan dengan perantara tulisan misalnya: buku, majalah, surat kabar, buletin, risalah, kuliah tertulis, pamflet, pengumuman tertulis, spanduk, dan sebagainya.
- c. Lukisan yaitu gambar-gambar hasil seni lukis, foto, film cerita, dan lain sebagainya. Bentuk terlukis ini banyak menarik perhatian orang dan banyak dipakai untuk menggambarkan suatu maksud ajaran yang ingin disampaikan kepada orang lain, seperti komik-komik bergambar.
- d. Audio visual yaitu suatu cara penyampaian yang sekaligus merangsang penglihatan dan pendengaran. Bentuk itu dilaksanakan dalam televisi, sandiwara, ketoprak wayang dan lain sebagainya.
- e. Akhlak yaitu suatu cara penyampaian langsung ditunjukkan dalam bentuk perbuatan yang nyata misalnya: menjenguk orang sakit, bersilaturahmi ke rumah, pembangunan masjid dan sekolah, poliklinik, kebersihan, pertanian, peternakan, dan lain sebagainya.

5. *Thariqah* (Metode dakwah).

Di dalam melaksanakan suatu kegiatan dakwah diperlukan juga metode penyampaian yang tepat agar tujuan dakwah tercapai. Metode dalam kegiatan dakwah adalah suatu cara dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah (Ghazali, 1997: 24).

Adapun tujuan diadakannya metodologi dakwah adalah untuk memberikan kemudahan dan keserasian, baik bagi pembawa dakwah itu sendiri maupun bagi penerimanya. Pengalaman mengatakan, bahwa metode yang kurang tepat seringkali mengakibatkan gagalnya aktivitas dakwah. Sebaliknya, terkadang sebuah permasalahan yang sedemikian sering dikemukakan pun, apabila diramu dengan metode yang tepat, dengan penyampaian yang baik, ditambah oleh aksi retorika yang mumpuni, maka respon yang didapat pun cukup memuaskan (An-Nabiry, 2008: 238). Pembahasan mengenai metode dakwah akan diuraikan lebih lanjut pada sub bab berikutnya.

6. *Atsar* (Efek dakwah).

Setiap aksi dakwah akan menimbulkan reaksi. Demikian jika dakwah telah dilakukan oleh seorang *da'i* dengan materi dakwah, *wasilah*, *thariqah* tertentu, maka akan timbul respon dan efek (*atsar*) pada *mad'u* (mitra/penerima dakwah). *Atsar* itu sendiri sebenarnya berasal dari

bahasa Arab yang berarti bekas, sisa, atau tanda (Aziz, 2004: 138).

*Atsar* (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* (efek) sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Tanpa menganalisis *atsar* dakwah, maka kemungkinan kesalahan strategi yang sangat merugikan pencapaian tujuan dakwah akan terulang kembali. Sebaliknya, dengan menganalisis *atsar* dakwah secara cermat dan tepat, maka kesalahan strategi dakwah akan segera diketahui untuk diadakan penyempurnaan pada langkah-langkah berikutnya (*corrective action*), demikian juga strategi dakwah termasuk di dalam penentuan unsur-unsur dakwah yang dianggap baik dapat ditingkatkan (Aziz, 2004: 138-139).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat enam unsur dalam berdakwah yaitu *Da'i*, *Mad'u*, *Maddah*, *Wasilah*, *Thariqah*, dan *Atsar*. Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengambil 2 unsur untuk dilakukan penelitian. Pertama, unsur *Wasilah* (Media Dakwah), sebagai objek penelitian peneliti mengambil acara Wisata Hati di ANTV, dengan *mubaligh* tetap yaitu ustadz Yusuf Mansur. Kedua, unsur *Thariqah* (Metode

dakwah), sebagai objek yang akan diteliti dari acara tersebut, yaitu “Teknik Tausiyah”.

### C. Macam-Macam Teknik Tausiyah

Seperti yang sudah dijelaskan dalam sub bab sebelumnya mengenai definisi teknik tausiyah, maka jelas dipaparkan bahwa teknik tausiyah adalah metode atau cara-cara yang bijaksana dan efektif yang dilakukan seorang *mubaligh* sebagai komunikator dalam rangka upaya mengajak, menganjurkan atau menyerukan manusia, agar *mad'u* dapat menerima kebaikan dan petunjuk yang termuat dalam Islam. Oleh karenanya, dalam penelitian ini peneliti menggunakan landasan teori macam-macam metode dakwah untuk dijadikan landasan teori macam-macam teknik tausiyah, sebagai objek yang akan diteliti.

Metode dakwah sebenarnya dapat diklasifikasikan menjadi berbagai macam metode tergantung dari segi tinjauannya. Dari segi penyampaiannya metode dakwah dapat digolongkan menjadi dua (Abda, 1994: 82-83):

1. Secara langsung, yaitu dakwah yang dilakukan dengan cara tatap muka antara komunikator dengan komunikatornya.
2. Secara tidak langsung, yaitu dakwah yang dilakukan tanpa tatap muka antara *da'i* dan *mad'u*. Dilakukan dengan bantuan sarana lain yang cocok. Misalnya dengan bantuan televisi, radio, internet dan lain sebagainya.

Dari segi penyampaian isi metode dakwah digolongkan menjadi dua (Abda, 1994: 86-87):

1. Secara serentak, cara ini dilakukan untuk pokok-pokok bahasan secara praktis dan tidak terlalu banyak kaitannya dengan masalah-masalah lain. Walaupun demikian *da'i* tetap harus menjaga keutuhan permasalahan jangan sampai kecilnya pokok bahasan kemudian pembahasannya hanya sepintas kilas saja.
2. Secara bertahap, cara ini dilakukan terhadap pokok-pokok bahasan yang banyak kaitannya dengan masalah lain. Dalam hal pokok bahasan semacam ini *da'i* harus pandai-pandai membagi pokok bahasan dalam sub-sub yang lebih kecil tapi tidak lepas dari pokok bahasan utamanya. Dalam penyampiannya pun *da'i* harus mampu mengurutkan mana-mana yang harus didahulukan dan mana yang berikutnya. Juga *da'i* harus mampu menjaga kesinambungan sub-sub yang telah dibahas sebelumnya dengan sub-sub yang akan dibahas berikutnya.

Menurut Bambang Nugroho teknik dalam berkomunikasi di depan umum dibagi menjadi dua komponen, yaitu komunikasi konten (materi) dan komunikasi konteks (penyampaian materi).

1. Komunikasi Konten.

Komunikasi konten adalah komunikasi yang dilakukan dengan cara menyusun materi sebelum disampaikan

kepada audiens. Adapun macam-macam komunikasi konten sebagai berikut:

a. Menentukan Tema.

Menentukan tema merupakan hal yang penting. Dalam berkomunikasi dengan massa/kelompok, komunikator tentu mempunyai satu materi yang akan disampaikan sesuai dengan tema yang telah disiapkan. Agar komunikator dapat memilih tema yang tepat. Terkait dengan dakwah, menurut Ahmad Yani (2005: 17), *mubaligh* harus terlebih dahulu memahami latar belakang jama'ah dengan cara bertanya kepada panitia atau *mubaligh* yang pernah diundang ke lokasi tersebut.

b. Materi yang spesifik.

Menurut Ahmad Yani (2005:18), penyampaian materi harus sistematis supaya permasalahan yang disampaikan dari yang general menjadi spesifik sehingga tidak simpang siur dan mudah difahami. Ibaratkan sebuah materi itu bagaikan segitiga terbalik, dari pembahasan yang luas menuju pembahasan yang khusus sehingga mampu memahamkan jama'ah.

c. Metafora.

Ali Akbar Navis (2014: 125-126) menyampaikan metafora adalah salah satu jenis dari gaya bahasa. Meskipun demikian metafora juga dikenal sebagai simbol yang dapat mewakili sesuatu. Dalam perkembangannya,

metafora dapat diturunkan menjadi beberapa teknik yang power full.

Tehnik metafora dalam cerita, cara membingkai suatu pesan atau materi dalam cerita seperti contoh: cerita pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain. Sandiwara radio tahun delapan puluhan yang sukses menarik perhatian audien karena bukan hanya menyajikan suara para pengisi suaranya, tetapi kekuatan cerita mampu membentuk gambar yang jelas dalam imajinasi para pendengarnya (Muchlis, 2014: 116).

Selain metafora dalam cerita, juga terdapat metafora dalam simbol yaitu suatu pesan yang tersirat dengan sebuah simbol atau benda tertentu. Selain dapat menggambarkan kesederhanaan juga dapat menghilangkan yang kesan ruwet dan semrawut (Ali Akbar Nafis, 2014: 130), contohnya: menjelaskan pelajaran angka pecahan kepada anak yang sulit memahaminya, dengan selembar kertas yang dipotong-potong, misalnya pecahan sepertiga dijelaskan dengan selembar kertas yang dipotong menjadi tiga bagian berarti satu potongnya bernilai sepertiga.

Lebih lanjut disampaikan oleh Totok (2013: 85), mengetahui pilihan kata yang digunakan oleh lawan bicara juga dapat menjadi salah satu strategi dalam membangun keakraban karena mengandung unsur kasamaan dalam hal pilihan kata yang disampaikan.

d. Membuat kesimpulan.

Manusia dengan berbagai jenis dan karakter yang berbeda mempunyai daya tangkap dan pemahaman yang berbeda-beda pula. Terkadang jama'ah masih bingung dengan materi yang disajikan, jadi *mubaligh* dapat membantunya dengan membuat kesimpulan. Menurut Ali Akbar Navis (2014: 141), membuat kesimpulan pada bagian penutup, ibarat penegasan dari seluruh bagian materi yang telah disampaikan. Setidaknya akan lebih banyak jama'ah yang menjadi lebih paham akan maksud dan tujuan serta mengetahui apa yang harus mereka lakukan segera. Seperti yang disampaikan oleh Totok dalam buku saku NLP nya (2013: 93), bahwa strategi dalam menyampaikan kerangka pemikiran sangat efektif ketika kita berkeinginan untuk mengarahkan lawan bicara agar memiliki ide pemikiran yang sama seperti yang kita inginkan.

2. Komunikasi Konteks.

a. Bahasa Tubuh.

Kemampuan menyusun kata-kata dengan sangat indah dan menarik tidak cukup untuk menjadikan komunikasi kita mengesankan. Manusia cenderung tertarik pada sesuatu yang dapat dilihat dan bergerak dinamis. Dalam komunikasi bahasa tubuh digunakan untuk menyampaikan makna, menarik perhatian dan



menumbuhkan kepercayaan diri dan semangat (Muchlis, 2014: 115-117). Menurut Askurifai (2009: 169), bahasa tubuh dalam konteks pembicara terdiri atas pakaian, gerakan tubuh/postur, kontak mata, gerakan tangan dan ekspresi muka.

Ada pepatah yang mengatakan bahwa mata adalah jendela dunia. Mata adalah salah satu sasaran tentang bagaimana dunia pikiran kita ingin berbicara baik kepada orang lain maupun kepada diri kita sendiri. Ketika ada seseorang di depan anda sedang bercerita maka anda akan mendapati adanya pergerakan dari mata lawan bicara anda, selain bahasa tubuh. Dengan mengetahui pola pergerakan mata lawan bicara artinya hal ini juga akan lebih memudahkan kita untuk menyesuaikan dengan model dunia pikirannya yang pada akhirnya ini juga dapat menjadi salah satu strategi dalam membangun keakraban dengan lawan bicara (Totok, 2013: 79-81).

Terdapat sebuah survey yang dilakukan oleh sebuah kemanusiaan di New York ditemukan suatu kasus yang menarik. Pada permulaan era milenium ketiga ini, menurut survey tersebut, komunikasi antar manusia kebanyakan dilakukan dengan bahasa tubuh, yakni sebanyak 55 persen. Adapun dengan suara sebanyak 38 persen, sisanya yang 7 persen adalah dengan kata-kata. Survey itu bukan ingin memberikan kesimpulan bahwa

komunikasi yang baik itu lewat bahasa tubuh. Melainkan, sebuah pembicaraan yang baik mencakup ketiganya, yaitu bahasa tubuh, suara, dan kata-kata. Memang, bahasa tubuh memiliki pengaruh yang lebih besar. Sebab, jika seseorang tidak memahami bahasa orang asing dia dapat mengungkapkannya dengan bahasa tubuh (Yusuf al-Uqshari, 2006: 53).

b. Intonasi.

Cara bicara yang datar dan monoton selama beberapa menit membuat otak menyimpulkan bahwa sang pembicara akan terus menggunakan pola yang sama hingga akhir presentasinya dan inilah yang memunculkan kebosanan pada audiens. (Muchlis, 2014: 112).

Penggunaan intonasi tidaklah sama dengan berteriak-teriak atau membentak-bentak (Muchlis, 2014: 113). Hal ini disepakati oleh Askurifai (2009: 173), berpendapat bahwa keberhasilan dalam berbicara tidak selalu ditentukan oleh kerasnya suara. Jika anda khawatir tidak didengar karena ruangan terlalu besar atau halayak terlalu banyak, gunakan pengeras suara. Berbicara keras-keras bukan solusi yang baik.

Penggunaan intonasi adalah untuk menegaskan tingkat kepentingan sebuah pesan agar mudah dipahami oleh audiens. Sebenarnya tidak ada aturan yang baku dalam penggunaan intonasi. Artinya point-point yang

penting tidak selalu harus disampaikan dengan tekanan suara yang tinggi, namun bisa sebaliknya, yaitu dengan suara yang rendah. Jadi sangat bergantung pada pemahaman pembicara terhadap tujuan sebuah pesan (Muchlis, 2014:114).

Secara teori, ada beberapa istilah yang digunakan dalam teknik penggunaan intonasi (Muchlis, 2014: 114-115).

1. **Teknik Anaphora.** Teknik ini digunakan dengan cara membuat pengulangan dengan pemakaian awal kalimat yang sama. Contohnya “perjuangan kita tidak akan berhenti sampai di sini, perjuangan kita menuntut semangat yang menggelora, perjuangan kita adalah demi kemakmuran kita sebagai putra bangsa”.
2. **Teknik Epistrophe.** Teknik ini digunakan dengan cara pengulangan kata yang dilakukan di akhir kalimat. Contohnya, “meskipun semua orang telah berputus asa, kita tetap semangat, dengan beragam cobaan yang kita hadapi, kita tetap semangat, jadi walaupun apa pun yang terjadi kita tetap semangat”.

c. Humor.

Menurut Askurifai (2009: 167-168) kemampuan membuat humor akan sangat membantu untuk merebut hati khalayak. Kemampuan membuat mereka tersenyum akan sangat membantu mengurangi ketegangan dan kebosanan

diantara mereka. Sementara, Ali Akbar Nafis (2014: 63), menyampaikan bahwa humor yang dapat kita gunakan untuk menghibur audiens dapat berupa pengalaman pribadi, pengalaman orang lain, atau bisa diperoleh dari beberapa sumber seperti internet dan buku. Untuk memberikan humor, terdapat beberapa kriteria yaitu, harus benar-benar lucu dan teruji, usahakan humor yang baru. buat kejutan, jangan katakan terlebih dahulu, hidupkan humor dengan ekspresi, intonasi dan mimik, pastikan tidak mengimpang dari syariat.

Menurut Asul Wiyanto (2008: 65-66), humor dalam pidato harus ada hubungannya dengan masalah yang dibicarakan bahkan, kalau bisa, humor itu menyatu dengan isi pidato sehingga pendengar tidak merasa kalau pembicara sebenarnya sengaja melepas humor. Sebenarnya, manjur tidaknya sebuah humor bukan hanya ditentukan oleh kecanggihan humor itu, melainkan juga cara menyampaikannya. Bisa saja sebuah humor yang sudah terbukti sangat ampuh untuk memicu tawa di beberapa tempat, ternyata tidak mempan sama sekali ditempat lain. Karena itu, pembicara harus berhati-hati kalau melepas humor. Humor harus tepat sasaran, tepat waktu, tepat situasi, tepat tempat dan tepat cara melontarkannya.

d. Melibatkan audiens.

Saat dimana audien mulai jadi dirinya sendiri, mereka mulai bosan dan mencari kesibukan serta asyik dengan aktifitasnya sendiri. Biasanya penyakit ini akan menular dengan cepat. Liat dan amati beberapa menit kedepan. Fokus audiens pasti sudah kalau kacau dan terpecah. Salah satu cara paling ampuh dalam mengikat empati audiens adalah dengan cara melibatkan mereka dalam acara tersebut (Ali Akbar Nafis, 2014: 67-68).

Ali akbar Nafis juga memberikan cara-cara untuk melibatkan audiens, diantaranya adalah: meminta pertimbangan audiens. Ada kalanya jika pembicara harus demokratis. Ini adalah hal yang paling disenangi oleh audiens. Audiens senang jika dirinya dilibatkan dalam suatu proses. Singkatnya, mereka merasa lebih dihargai oleh pembicara. Cara lain adalah memberikan kepercayaan kepada audiens untuk mengambil bagian dalam ceramah yang disampaikan, salah satunya dengan melibatkan audiens untuk menjadi penegak keadilan misalnya memberi hukuman kepada audiens yang tertangkap basah bermain ponsel selama ceramah berlangsung. Dapat juga dengan cara meminta salah seorang audiens untuk menyimpulkan atau memberi feedback. Selain cara di atas, dapat juga dengan cara melibatkan audiens dalam simulasi, demo atau praktik. Secara umum teknik penyajian seperti

itu dapat meningkatkan daya ingat audiens beberapa kali lebih baik pada materi yang telah disampaikan (2014: 68-73).

e. Menggunakan visualisasi.

Yang dimaksud pendukung visual disini adalah, suatu bentuk visual yang bertujuan untuk menarik perhatian serta mampu menjelaskan masalah yang disampaikan. Dengan demikian untuk menjelaskan masalahnya, harus diupayakan adanya pendukung visual yang tepat (Darwanto, 2011: 224). Menurut Samsul Munir Amin (2005: 116), media visual yang dimaksud adalah bahan-bahan atau alat yang dapat dioperasikan untuk kepentingan dakwah melalui indera penglihatan, perangkat media visual yang dapat dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah adalah film slide, transparan, OHP (*over head proyektor*), gambar, foto dan lain-lain.

Visualisasi dalam menyampaikan materi dakwah dapat membantu memahami audiens, merujuk teori tersebut visualisasi ini dapat berupa power point atau slide rangkuman materi yang ditampilkan dengan proyektor, pengajian budaya yang menggunakan wayang kulit atau alat peraga lainnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dua komponen komunikasi, yaitu komunikasi konten yang meliputi: menentukan tema yang tepat, materi yang spesifik, metafora, dan memberi kesimpulan dan komunikasi konteks yang meliputi: bahasa tubuh, intonasi, humor, melibatkan audiens, dan menggunakan visualisasi. Dalam penelitian ini, komponen komunikasi akan peneliti gunakan sebagai landasan teori metode/ teknik tausiyah yang akan digunakan sebagai objek yang akan diteliti, yaitu “Teknik Tausiyah Ustadz Yusuf Mansur di Wisata Hati ANTV”