

Research Article

Ustadz Handy Bonny's Preaching Rhetoric on Social Media

Meli Wati

Universitas Wiralodra Indramayu

E-mail: meim9589@gmail.com

Copyright © 2025 by Authors, Published by Quality, Journal of Education, Arabic and Islamic Studies.

Received : September 22, 2025

Revised : October 28, 2025

Accepted : November 9, 2025

Available online : November 30, 2025

How to Cite: Meli Wati. (2025). Ustadz Handy Bonny's Preaching Rhetoric on Social Media. Quality : Journal Of Education, Arabic And Islamic Studies, 3(4), 291-297. <https://doi.org/10.58355/qwt.v3i4.119>

Abstract

This study aims to analyze Ustadz Handy Bonny's preaching rhetoric on social media, which has become a popular platform for broadcasting religious teachings, especially among millennials who are the largest social media users. The method used is library research or content analysis, with a focus on examining the application of rhetoric to ensure effective and persuasive communication. The analytical framework in this study focuses on the preacher's use of diction, intonation, and expression. The results show that Ustadz Handy Bonny's rhetoric is very attractive to the public, especially young people, because of his relaxed and touching demeanor. He uses clear, fluent, and straightforward diction, and applies simple and slang language that is easy to understand. His intonation varies from low to high, adjusted to the material, accompanied by a firm voice emphasis to attract the listener's attention. In addition, he is expressive and enthusiastic, using body gestures and facial expressions that can create his own humor. The most frequently conveyed category of da'wah messages is about hijrah (migration), namely leaving behind all evil for a better state, which is relevant because he himself experienced dark times. In conclusion, the use of unique rhetorical elements appropriate to his da'wah target (youth) makes Ustadz Handy Bonny's communication on social media effective and persuasive.

Keywords: Da'wah Rhetoric, Ustadz Handy Bonny, Social Media, Diction.

Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny di Sosial Media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis retorika dakwah Ustadz Handy Bonny di media sosial, yang kini menjadi platform populer untuk penyiaran ajaran agama, terutama bagi kaum milenial yang merupakan pengguna media sosial terbanyak. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research) atau studi analisis isi, dengan fokus mengupas penerapan retorika untuk memastikan komunikasi yang efektif dan persuasif. Kerangka analisis dalam studi ini berfokus pada penggunaan diksi, intonasi, dan ekspresi oleh pendakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika Ustadz Handy Bonny sangat menarik perhatian masyarakat, khususnya anak muda, karena pembawaannya yang santai dan menyentuh. Beliau menggunakan diksi yang jelas, fasih, dan lugas, serta mengaplikasikan bahasa sederhana dan gaul yang mudah dipahami. Intonasi beliau bervariasi dari rendah hingga tinggi, disesuaikan dengan materi, disertai penekanan suara yang tegas untuk menarik perhatian pendengar. Selain itu, beliau ekspresif dan bersemangat, menggunakan gerak tubuh dan mimik wajah yang dapat memunculkan humor tersendiri. Kategori pesan dakwah yang paling sering disampaikan adalah tentang hijrah, yaitu meninggalkan semua keburukan menuju keadaan yang lebih baik, yang menjadi relevan karena beliau sendiri pernah mengalami masa kelam. Kesimpulannya, penggunaan elemen retorika yang unik dan sesuai dengan sasaran dakwah (kaum muda) menjadikan komunikasi Ustadz Handy Bonny di media sosial menjadi efektif dan persuasif.

Kata Kunci: Retorika Dakwah, Ustadz Handy Bonny, Media Sosial, Diksi.

PENDAHULUAN

Di era digital yang segala aktivitas masyarakat ditemani oleh teknologi sehingga mampu menjadikan masyarakat hidup di fase modern. Di era ini, masyarakat dengan mudahnya melakukan aktivitas dengan bantuan teknologi seperti adanya handphone yang didalamnya terdapat banyak fitur-fitur yang lengkap yang bisa mengakses informasi dengan cepat dan tepat. Namun tidak bisa dipungkiri juga bahwa teknologi dapat membawa pengaruh buruk untuk penggunaannya jika disalahgunakan. Untuk itu perlu adanya kesadaran dan kewaspadaan terhadap penggunaan teknologi untuk meminimalisis hal yang buruk.

Media sosial yang marak digunakan hingga sekarang dari kalangan anak kecil sampai orang dewasa. Mengubah pola pikir para pendakwah untuk melakukan dakwah secara online, karena masyarakat lebih sering menggunakan handphone dalam bersosial media. Dakwah menggunakan platform sosial media dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang memiliki kesibukan, terutama bagi kaum millenial yang ingin memperdalam ilmu agama Islam dan saat ini pengguna media sosial terbanyak adalah kaum millenial jadi dakwah menggunakan media baru sangat cocok digunakan di masa sekarang. Adanya dakwah di sosial media dapat dilihat kapanpun dan fleksible, tidak ada ketentuan

waktu yang harus diperhatikan seperti dakwah secara tatap muka. Selain itu dakwah melalui sosial media dapat dilihat sesuai kebutuhan. Dakwah Islam di sosial media memiliki pendengar yang sangat luas dan tidak dapat diidentifikasi, karena pengguna terdiri dari banyak kalangan masyarakat. Dakwah menggunakan platform media online dapat memberikan kesempatan dan tantangan untuk memperluas dalam mengembangkan dakwah. Untuk itu tak heran jika kini sosial media merupakan media yang populer dan sangat diminati para pendakwah guna menjadi salah satu perantara bagi berjalannya dakwah islamiyah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) atau studi analisis isi. Metode ini dipilih untuk menganalisis dan mengupas penerapan retorika yang digunakan oleh pendakwah. Data dan informasi yang digunakan dalam studi ini bersumber dari berbagai literatur untuk membentuk kerangka analisis yang komprehensif, mencakup definisi dakwah menurut beberapa ulama (seperti H. Endang S. Anshari, Prof. Thoha Yahya Omar MA, dan Anwar Masyari), serta definisi retorika menurut para ahli, termasuk Aristoteles. Meskipun artikel membahas tentang Ustadz Handy Bonny, dasar penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana komunikasi publik melalui media sosial – yang merupakan bentuk cybermedia dan jejaring sosial – dapat menjadi perantara populer untuk dakwah Islamiyah. Dengan demikian, fokusnya adalah menganalisis dan menyimpulkan penggunaan diksi, intonasi, dan ekspresi oleh Ustadz Handy Bonny di media sosial untuk memastikan komunikasi yang efektif dan persuasif bagi para pendengarnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara etimologi dakwah berasal dari bahasa Arab “da’wah” yang berarti: Seruan-Ajakan-Panggilan. Dengan demikian secara etimologi dakwah merupakan suatu proses penyampaian (*tabligh*) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan agar orang lain memenuhi ajakan tersebut. Ada banyak pendapat dari beberapa ulama mengenai pengertian ilmu dakwah, diantaranya menurut H. Endang S. Anshari, dakwah merupakan penjabaran, penterjemahan dan pelaksanaan Islam dalam perikehidupan dan penghidupan manusia termasuk didalamnya politik, ekonomi, sosial, pendidikan, ilmu pengetahuan, kesenian, kekeluargaan dan sebagainya.

Sementara Prof. Thoha Yahya Omar MA, menjelaskan dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat. Sedangkan menurut Anwar Masy’ari, dakwah adalah “proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja berupa ajakan kepada orang lain untuk beriman dan menaati Allah, amar ma’ruf dan nahi mungkar.

Retorika adalah seni berbicara yang baik, seni berpidato, dan mengarang dengan benar, teliti, jelas, dan kuat. Definisi retorika menurut Aristoteles adalah

ilmu atau seni mengajak orang-orang untuk terampil tutur yang efektif. Menurutnya, retorika merupakan sebuah tuturan yang efektif berisi kebenaran, disiapkan dan ditata secara ilmiah (Muhtadi, 2013: 51). Sedangkan menurut Abdullah, (2009: 109) arti retorika adalah seni berpidato atau mengarang/membuat naskah dengan baik. Dalam Webster's world college dictionary disebutkan bahwa retorika adalah "the art of speaking or writing with correctness, clearness and strength", yakni seni berpidato atau mengarang dengan benar, teliti, jelas, dan kuat. Retorika juga diartikan sebagai kesenian untuk berbicara baik, yang dicapai berdasarkan bakat alam (talenta) dan keterampilan teknis (arts, techne).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa retorika adalah ilmu yang mengajarkan cara bertutur kata yang baik dan efektif untuk menghindari kesalahan pemahaman antara pembicara dan pendengarnya. Tujuan retorika secara ringkas adalah persuasi, yaitu keyakinan pendengar akan kebenaran gagasan hal yang dibicarakan. Artinya, tujuan retorika adalah membina saling pengertian yang mengembangkan kerjasama dalam menumbuhkan kedamaian dalam kehidupan bermasyarakat melalui kegiatan bertutur (Abidin, 2013: 58). Retorika sebagai cabang ilmu yang digunakan dalam berkomunikasi sebagai seni berbicara dari mulai proses, persiapan, penataa, dan pelaksanaan tutur. Maka, ceramah, khutbah, dan pidato termasuk ke dalam kajian retorika.

Cybermedia adalah salah satu penyaluran pesan lewat media massa yang distribusinya melalui internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, up to date (terkini), interaktif dan bersifat dua arah. Sempelnya, cybermedia di sini lebih bermakna sebagai jurnalisme online. Keberadaan Cybermedia memang menjadi angin segar bagi kalangan jurnalis cetak. Hampir seluruh pers cetak di Indonesia mempunyai situs onlinenya misal detik.com, kompas.com, kr.co.id dan masih banyak lagi. Sedangkan dalam arti luas cybermedia mencakup segala komunikasi dan interaksi yang menggunakan media internet. Misal: Friendster, Facebook, Youtube, blog, msn live, skype dan lain-lain.

Sementara jejaring sosial (sosial network) merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Banyak hal yang akan kita dapatkan dengan berdakwah melalui internet. Tentunya kita tidak bisa dengan bebas dan keras menyuarakan pendapat kita, ada etika dan peraturan tersendiri meskipun di dunia maya. Dan ini sejalan dengan prinsip dakwah islamiah, bahwa dalam berdakwah harus selalu dengan perkataan mulia (qoulul hasan), bukan dengan cercaan dan kata-kata kasar. Esensinya berdakwah tidak hanya sekedar berorasi atau hanya berkata-kata saja akan tetapi berdakwah dengan memberikan uswah khasanah. Pada intinya apabila perkataan dan tindakan seorang da'i sesuai dengan apa yang dilakukannya maka

akan banyak pula yang akan mengikutinya. Oleh karena itu seorang da'i dapat menyampaikan dakwah qauliyah dengan diiringi dakwah dengan perbuatan nyata (*fi'liyah*) secara perlahan dan tidak cenderung brutal sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nahl ayat: 125. Yang artinya: *"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."*

Ustadz Handy Bonny merupakan seorang pendakwah muda yang banyak dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat baik didunia nyata maupun dunia maya. Beliau merupakan sosok Ustadz yang mampu memberikan kesan dakwah yang menarik dan menyentuh dengan pembawaannya yang santai dan dengan gaya bicara yang mampu dipahami oleh kalangan masyarakat terutama di sosial media. Dengan menggunakan diksi yang baik, maka kata-kata yang keluar dari seorang pembicara dapat dipahami oleh pendengar. Oleh karena itu penggunaan kata-kata dalam khitobah berguna untuk mempengaruhi dan meyakinkan pendengar sehingga tercipta komunikasi yang efektif dan efisien.

Pada pembahasan ini, diksi yang dimaksud adalah kefasihan Ustadz Handy Bonny ketika mengucapkan kata dan kalimat yang sesuai dengan bahasa yang digunakan. Pengucapan kata yang jelas dan lugas tentu berpengaruh kepada maksud dan tujuan dari materi yang disampaikan. Pada saat menyampaikan materi ceramah, seorang Ustadz tak lepas dari melafalkan ayat Al Quran dan hadis. Maka diperlukan makhraj yang benar dan jelas untuk melafalkan dalam setiap huruf-huruf arab. Karena melafalkan Al Quran dan hadis menggunakan makhraj yang benar, akan menjadikan penunjang seorang Ustadz dalam menyampaikan ceramahnya. Selain itu juga, untuk meyakinkan pendengar dan sekaligus menjadi daya tarik seorang pendakwah dalam menyampaikan setiap khitobahnya. Maka kefasihan dalam melafalkan ayat Alquran dan hadis perlu diperhatikan oleh setiap Ustadz. Ustadz Handy Bonny menggunakan diksi dengan jelas, fasih, dan lugas pada waktu menyampaikan khitobahnya.

Begitupun dengan intonasinya yaitu suara yang diucapkan oleh seseorang ketika sedang berbicara. Dalam menyampaikan materinya, Ustadz Handy Bonny menggunakan intonasi yang bervariasi disesuaikan dengan materi yang disampaikannya. Intonasi yang digunakannya dimulai dari suara yang rendah sampai pada suara yang tinggi. Rendah tingginya nada suara dan cara pengucapannya akan menunjang seorang mubaligh dalam menyampaikan materinya. Dengan menggunakan intonasi yang baik, maka jamaah yang mendengar akan terkesan dan tertarik untuk menyimak khitobah yang disampaikan seorang mubaligh. Penekanan suara yang dilakukan oleh Ustadz Handy Bonny mampu menarik perhatian pendengarnya. Dengan hal ini maka jamaah yang mendengarnya akan paham terhadap materi yang disampaikannya. Karena nyaman dan fokus terhadap materi yang disampaikan Ustadz Handy Bonny. Ustadz Handy Bonny biasanya memakai intonasi yang rendah dan sedang pada saat pembukaan atau awal dari khitobahnya.

Ustadz Handy Bonny mempunyai ciri khas tersendiri yang nampak berbeda dari seorang dai biasanya. Dalam menyampaikan ceramahnya, beliau selalu semangat dan ekspresif. Itulah yang membuat jamaah yang mendengarnya tidak bosan, dan selalu semangat ketika Ustadz Handy Bonny menyampaikan khitobahnya. Ekspresi yang diperlihatkan Ustadz Handy Bonny menggunakan gerak tubuh, terutama menggerakkan tangan dan mimik wajahnya. Beliau sering menggerakkan tubuhnya walaupun menggunakan kursi pada saat melakukan ceramahnya. Seperti halnya mencotahkan seorang yang sedang romantisme dalam pacaran. Sehingga jamaah yang mendengar terhibur karena dari ekspresi wajah beliau memunculkan humor tersendiri.

KESIMPULAN

Retorika dakwah Ustadz Handy Bonny sangat menarik diberbagai masyarakat. Terutama anak muda didunia nyata maupun maya. Bahkan dengan maraknya penggunaan media sosial, sehingga masyarakat dengan mudahnya mengakses semua informasi dengan cepat tanpa memakan banyak waktu. Dengan adanya dakwah melalui sosial media akan memudahkan para pendakwah untuk mensyiarkan agamanya baik dari segi waktu, tempat bahkan sasarannya. Namun berdakwah disosial media juga perlu memperhatikan strategi yang mampu menarik perhatian masyarakat agar mau mendengarkan.

Begitupun dengan Ustadz Handy Bonny dalam berdakwah bahasa yang digunakan adalah bahasa indonesia dan bahasa sunda, disesuaikan dengan kondisi jamaah yang di hadapinya. Pemilihan kata atau diksi yang digunakan Ustadz Handy Bonny adalah kata-kata sederhana dan gaul yang mudah dipahami bagi yang mendengarkannya. Bahasa yang gaul ini menjadi ciri khas tersendiri bagi Ustadz Handy Bonny yang disesuaikan dengan jamaah yang hadir, sehingga minat kaum muda untuk mengikuti dakwahnya begitu antusias. Naik turun atau tinggi rendahnya nada atau intonasi yang digunakan Ustadz Handy Bonny selalu menyesuaikan dengan materi yang disampaikan dan disertai penekanan-penekanan suara yang tegas. Penghayatan dalam membawakan suatu materi menjadi lebih hidup karena penekanan suara antara tinggi dan rendah itu selalu sesuai. Kategori pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Handy Bonny banyak menyampaikan tentang hijrah yaitu meninggalkan semua keburukan menuju keadaan yang lebih baik agar mendapat ridho Allah Swt. Pada dasarnya, beliau adalah sosok seorang pendakwah yang pernah mengalami masa kelam, sehingga didalam menyampaikan pesan dakwah tentang hijrah beliau lebih paham dengan situasi kondisinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2009). Retorika dan Dakwah Islam. Jurnal Dakwah Vol. X No. 1 Tahun 2009.
- Abidin, Y. Z. (2013). Pengantar Retorika. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arifin, A. (2011). Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Faridah, F., & Melati Amir, R. (2025). Strategi Dakwah di Media Sosial. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 70-88.
- Imawati, A. (2021). Retorika Dakwah Di Era Digital Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Trendsetter Ustadz Hanan Attaki). (Skripsi tidak diterbitkan). Repository Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Makalah Dakwah Melalui Media Sosial. (n.d.). Diambil dari: <https://aang-zaeni.blogspot.com/2018/03/makalah-dakwah-melalui-media-sosial.html>
- Muhtadi, A. S. (2013). Komunikasi Dakwah (teori, pendekatan, dan aplikasi).
- Trilaksono, B. H., Prasetyawan, W., Amirudin, A., & Rizky, K. (2021). Media Retorika Dakwah Pada Era Milenial. *Virtu: Jurnal Kajian Komunikasi, Budaya Dan Islam*, 1(1).
- Waliy, G. A. (2023). Analisis Retorika Dakwah Digital Di Media Sosial. (Skripsi tidak diterbitkan). Repository Universitas Pendidikan Indonesia.