

NO. 6782/MD-D/SD-S1/2024

**ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAKWAH
USTADZ FELIX SIAUW DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos)

DISUSUN OLEH:

SITI DELVIANA RAMBE
12040421313

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Felix Siauw Di Media Sosial Youtube** yang ditulis oleh:

Nama : Siti Delviana Rambe
NIM : 12040421313
Prodi : Manajemen Dakwah

telah dipertahankan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 25 Juni 2024

dan disetujui sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 2 Juli 2024

Tim Penguji

Ketua/Penguji 1

Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Sekretaris/Penguji 2

Nur Alhidayatillah, M.Kom.I
NIP. 19900313 202321 2 051

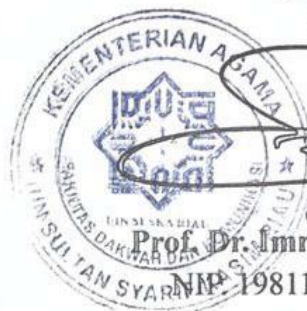
Penguji 3

Rafdeadi, S.Sos.I., M.A
NIP. 19821225 201101 1 011

Penguji 4

Azwar, S.E., M.M
NIP. 19850601 202012 1 004

Mengetahui
Dekan,



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd., M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FELIX SIAUW DIMEDIA SOSIAL YOUTUBE

Disusun oleh :

Siti Delviana Rambe
NIM. 12040421313

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal:
27 Mei 2024

Pekanbaru, 28 Mei 2024
Pembimbing,

Dr. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah

Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 28 Mei 2024

Lampiran : 1 Berkas
Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Di
Tempat

Assalam 'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Dengan hormat, setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya guna untuk kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa di bawah ini:

Nama : Siti Delviana Rambe
NIM : 12040421313
Prodi : Manajemen Dakwah

dapat diajukan menempuh ujian skripsi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul **Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Siauw dimedia sosial YouTube**. Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalam

Pekanbaru, 28 Mei 2024
Pembimbing,


Dr. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen Dakwah


Khairuddin, M.Ag
NIP. 19720817 200910 1 002

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
UIN SUSKA RIAU
Sultan Syarif Kasim Riau
University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PERNYATAAN ORISINALITAS****Nama****: Siti Delviana Rambe****NIM****: 12040421313**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Siauw dimedia sosial YouTube**. Adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini

Pekanbaru, 28 Mei 2024
Yang membuat pernyataan,



Siti Delviana Rambe
NIM. 12040421313

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Siti Delviana Rambe
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Siauw Di Media Sosial Youtube

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan cara Ustad Felix Siauw menggunakan media sosial YouTube sebagai alat untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan gaya komunikasi asertif, pasif, dan agresif, yang dimana dengan penyampaian tegas dan lemah lembut. Penulis menggunakan metode kualitatif. Melalui observasi dan dokumentasi mendalam terhadap konten video, komentar, dan respons yang ada di youtube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Felix Siauw menggunakan bahasa yang kuat dan meyakinkan dalam menyampaikan pesan dakwahnya, Selain itu Ustadz Felix Siauw, aktif berinteraksi dengan penontonnya melalui tanggapan yang penuh makna dan memberikan jawaban yang relevan terhadap pertanyaan dan komentar mereka.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah Ustadz Felix Siauw. Kesimpulannya, penelitian ini memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana dakwah dilakukan di era digital dan pentingnya menggunakan strategi komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan dakwah.

Kata Kunci: Analisis, Gaya Komunikasi, Dakwah, Media Youtube



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Siti Delviana Rambe
Department : Da'wah Management
Title : *Analysis of Ustadz Felix Siauw Di's Da'wah Communication Style YouTube Social Media*

This research aims to reveal how Ustad Felix Siauw uses YouTube social media as a tool to spread da'wah messages with an assertive, passive and aggressive communication style, with firm and gentle delivery. The author uses qualitative methods. Through in-depth observation and documentation of video content, comments and responses on YouTube. The research results show that Ustadz Felix Siauw uses strong and convincing language in conveying his preaching message. Apart from that, Ustadz Felix Siauw actively interacts with his audience through meaningful responses and provides relevant answers to their questions and comments.

The aim of this research is to determine the communication style of Ustadz Felix Siauw's preaching. In conclusion, this research provides in-depth insight into how da'wah is carried out in the digital era and the importance of using effective communication strategies in achieving da'wah goals.

Keywords: *Analysis, Communication Style, Da'wah, YouTube Social Media*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang dan segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Siauw Di Media Sosial Youtube”.

Sholawat serta salam dilimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di akhirat kelak, Aamiin Yaa Robbal A'lamiin.

Tujuan ditulisnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana sosial (S.Sos) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dalam penulisan skripsi peneliti menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan, baik dalam segi materi ataupun dalam teknis penulisannya. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti berharap kritik dan saran dari pembaca yang berniat membangun, demi terbentuknya sebuah karya tulis ilmiah yang sempurna.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan arahan, dukungan, doa, dan bantuan kepada penulis. Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada orang tua penulis yakni ayahanda Pariadin Rambe dan Ibunda Deliwana Ritonga atas setiap doa-doa yang telah diucapkan, semangat, dan dukungan yang diberikan kepada penulis untuk meraih cita-cita mulia. Tak lupa pula untuk saudara kandung yang penulis sangat sayangi yakni Iwan Saputra Rambe dan Muhammad Fahri Rambe. Semoga Allah melindungi kita semua dan memudahkan segala urusan di dunia dan di akhirat.

Ucapan terimakasih ini juga peneliti sampaikan kepada insan-insan yang telah memberikan semangat, dukungan, do'a, saran dan masukan serta bimbingan yang sangat berharga. Dan tak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Muhammad Badri, Sp.,M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Khairuddin, M.Ag selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Muhlasin, M.Pd.I selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan sekaligus Pembimbing Akademik penulis.
8. Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan dukungan, pengarahan, dan nasihat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
9. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan pada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
10. Seluruh Staf di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan kemudahan yang baik dalam administrasi.
11. Kepada teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terkhususnya Lokal B.
12. Kepada Elfina Sari Panggabean, Lanni Syariah Nasution, Gusti Intan Safitri, Izmi Fauziah, Wulan Indriyani, Yulyana Nasution. sebagai sahabat terbaik yang telah menjadi teman diskusi dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman KKN (Kuliah Kerja Nyata) UIN Suska Riau Desa Tapung Jaya Afridayani, Fadil Amanah, Dwi Nur Fitrianto, Wulan Indriyani, fitria Nurfadilah, Ela Diva, Dinda Putri Sianipar, Izmi Fauziah, Yepri Prianda, Jihan Roshika, Alamsyah Alamanda Nasution, Rino Harahap.
14. Kepada teman-teman terbaik dari SD, SMP, dan SMA yang mendukung penulis untuk meneliti penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sebagai perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan banyak manfaat kepada yang membacanya. Aamiin Yaa Rabbal A'lamiiin.

Pekanbaru, 15 Februari 2024

Siti Delviana Rambe
NIM. 1204042131



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Rumusan Masalah	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Terdahulu.....	7
B. Landasan Teori	8
C. Kerangka Berpikir	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	31
B. Sumber Data Penelitian	31
C. Teknik Pengumpulan Data	31
D. Validasi Data	32
E. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	34
A. Biografi Ustadz Felix Siauw	34
B. Karya-karya Ustadz Felix Siauw.....	35
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan	47
BAB VI PENUTUP	52
A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL	
Tabel II.I Indikator Gaya Komunikasi	18
Tabel V. I Gaya Komunikasi Felix Siauw	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. I Kerangka Berpikir	30
Gambar IV. I How to Master Your Habits.....	35
Gambar IV.II Yuk Berhijab	36
Gambar IV. III Udah Putusin Aja	36
Gambar IV. IV Beyond The Inspiration	37
Gambar IV.V Muhammad Al-Fatih 1453	37
Gambar IV. VI The Chronicles Of Ghazi	38
Gambar IV.VII Khilafah Remake	38



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan umat muslim, dakwah sangat penting. Dakwah melalui penyampaian yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist dengan tujuan untuk memberikan arahan dan pedoman bagi umat muslim dalam menjalani kehidupan mereka. Dakwah Islam selalu mengajak untuk amar makruf nahi munkar karena disampaikan dengan cara yang lemah lembut dan strategi untuk mudah mencapai dan mempengaruhi pendengar. (Hasmawati, 2022).

Dakwah bagi setiap muslim dan muslimah adalah suatu kewajiban di seluruh dunia ini. Dakwah juga usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diinginkan oleh pendakwah. Allah juga menerangkan perintah berdakwah dalam Al-Qur'an

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar ; merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S. Ali Imran:104)

Gaya komunikasi yang baik dan efektif dapat mengubah sikap seseorang, yang berdampak pada bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain. Tujuannya adalah untuk membuat pesan yang disampaikan oleh pemberi dan penerima lebih mudah dipahami dan didengar. Situasi juga mempengaruhi gaya komunikasi seseorang, bukan tipe seseorang. Beberapa orang menggunakan gaya seni dalam komunikasi mereka dengan melantunkan berbicara yang cukup untuk menarik perhatian orang dan mempengaruhi mereka.

Saat ini, media informasi digital atau media sosial sangat penting bagi masyarakat di semua bidang. Media sosial telah menyelesaikan masalah jarak komunikasi, memungkinkan pesan dikirim dengan "sekali klik" kepada sasaran tanpa pertemuan, tidak seperti surat-menyurat, seminar, dan kegiatan berkomunikasi lainnya yang membutuhkan waktu dan jarak jangkauan yang terlalu luas atau pertemuan yang mengharuskan Media sosial, juga dikenal sebagai teknologi informasi, memiliki tiga tujuan utama: mendidik, menginformasikan, dan menghibur. Dengan tiga tujuan ini, media sosial memiliki peluang besar untuk mengembangkan dakwah. (Hakim & Hamidah, 2021).

Di era milenial seperti saat ini, media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manusia. Ini karena, selain menjadi sarana untuk berbagi pesan dan informasi, media sosial telah berkembang menjadi ruang untuk budaya baru dan dapat berfungsi sebagai katalisator untuk revolusi budaya. Ini karena pemanfaatan media sosial berhubungan dengan banyak hal, seperti

menyampaikan dan mendapatkan informasi, berita, atau topik terkini (trend) (Sulistyarini & Dewantara, 2023).

Dengan perkembangan media sosial yang semakin canggih, masyarakat cenderung lebih sadar teknologi tetapi kurang sadar etika dan akhlaknya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa media sosial tidak hanya menawarkan konten yang positif dan berwawasan ilmu bermanfaat, tetapi juga karena kecanggihan media sosial tidak membatasi usia atau tempat bagi penggunaannya, hanya memerlukan jaringan internet dan perangkat elektronik yang mendukung. Di mana pun mereka berada, berbagai usia dapat menggunakan media sosial dengan mudah.

Informasi yang disampaikan dalam media sosial juga beragam, hal inilah yang menjadi salah satu sumber masalah, jika pemanfaatan media sosial tidak kita pilih terlebih dahulu, informasi yang terkadang tidak kita butuhkan bahkan bersifat negatif bisa muncul melalui beranda maupun *timeline* media sosial kita. Oleh karena itu, dakwah hadir memasuki masyarakat melalui media sosial yang saat ini banyak digandrungi masyarakat dengan tujuan mengajak untuk lebih memanfaatkan media sosial sebagai suatu wadah saling mengingatkan dalam kebaikan, menambah ilmu pengetahuan yang bermanfaat, dan menyampaikan informasi lainnya yang bersifat positif (Rahayu, 2022).

Seiring perkembangan teknologi internet, situs YouTube muncul sebagai platform berbagi video yang berfungsi untuk menyebarkan berbagai jenis informasi dan hiburan. YouTube adalah media baru yang diakses melalui internet. Selain mengubah digitalisasi banyak aspek kehidupan, revolusi Industri 4.0 juga mengubah cara orang menyampaikan dan menerima pesan. Ini berlaku untuk para pendakwah serta cara siswa belajar dan pendidik. Adanya platform dan kanal baru, seperti YouTube, telah mengubah hal tersebut juga. Kehadiran YouTube sebagai salah satu kanal memungkinkan tujuan selain hiburan. YouTube juga mulai banyak digunakan sebagai media belajar dan komunikasi dakwah. YouTube memiliki jumlah pengguna yang terus meningkat. Google memiliki 50 juta pengguna aktif bulanan di Indonesia, YouTube sebagai media komunikasi yang baru juga menjadi tempat dakwah baru bagi beberapa ustadz dan ulama. Seperti Felix Siau (FS) menggunakan YouTube sebagai media penyebaran konten dakwah. Dengan menggunakan berbagai strategi penyebaran konten, hal ini memperkuat alasan digunakannya YouTube oleh mereka sebagai media komunikasi baru.

Lihat situasi saat ini di mana para ulama muslim atau muslimah menggunakan sosial media untuk menyebarkan dakwah mereka. Youtube adalah salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini untuk berdakwah (Cahyono & Hassani, 2019).

Pada akun YouTube @Felix Siau1453 dengan subscriber 1,66 juta, ustadz Felix adalah seorang ustadz lintas etnis karena keturunan Tionghoa-

Indonesia. Dia menjadi muallaf sejak kuliah dan bertemu dengan aktivis gerakan Islam. Ustadz Felix bukan hanya terkenal karena menjadi aktivis, tetapi juga terkenal karena mengajak remaja. Dia menerbitkan beberapa buku yang bernuansa Islam dan berkaitan dengan kehidupan remaja. Dengan bahasa yang sangat mudah dimengerti oleh semua orang, jadi gaya bahasa yang digunakan cenderung gaya bahasa anak-anak jaman sekarang. Selain itu, tampilan buku dibuat menarik dan menggemaskan karena terdapat gambar karikatur yang lucu. Dalam channel YouTube Felix Siauw, terdapat banyak playlist yang berisi informasi audio visual untuk mad'u.

Dari tahun 2023 hingga 2024, Ustad Felix Siauw aktif mengunggah 48 video yang berfokus pada berbagai tema kehidupan, mulai dari pemahaman agama hingga motivasi diri. Setiap video yang diunggahnya selalu dinanti oleh para subscriber, yang tidak hanya mencari wawasan agama tetapi juga inspirasi untuk menjalani kehidupan sehari-hari dengan penuh semangat dan kebijaksanaan. Kehadirannya dalam dunia digital tidak hanya sekadar memperluas jangkauan pesan keagamaan, tetapi juga memberikan arah dan panduan bagi banyak individu yang mencari pemahaman lebih dalam tentang nilai-nilai spiritual dan kehidupan.

Ustad Felix Siauw telah membuktikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan mampu meresap dalam hati dan pikiran banyak orang dari berbagai latar belakang. Dengan karier yang terus berkembang di media sosial, dia tidak hanya menjadi figur inspiratif di Indonesia tetapi juga di seluruh dunia, menunjukkan bahwa kekuatan kata-kata yang penuh makna dapat mengubah dan memberi arah positif bagi kehidupan banyak orang. Salah satu fungsi dari playlist ini adalah untuk menyebarkan video yang diupload sebagai media dakwah islam (Utami, 2022).

Setiap orang memiliki cara komunikasi yang unik, serta cara mereka berinteraksi dan bertukar informasi dengan orang lain. Namun, ada tiga cara berbeda untuk berkomunikasi: pasif, agresif, dan asertif. Dalam prakteknya, Ustad Felix Siauw lebih condong kadang kala menggunakan gaya komunikasi yang asertif dan juga pasif, di mana dia dapat dengan tegas menyampaikan keyakinannya namun tetap menghormati sudut pandang orang lain.

Sangat penting untuk memahami setiap gaya komunikasi ini, serta mengapa orang menggunakannya. Dengan mempelajari detail tentang keempat gaya ini, kita akan dapat memahami fitur, frasa umum, dan ciri-ciri yang membedakan masing-masing gaya. karena gaya dapat menarik perhatian penonton saat pembicara berbicara. Akan tetapi, bagaimana ustadz Felix bisa menarik perhatian dengan berbicara di depan kamera saat membuat siaran ceramah, membuat konten yang menarik meskipun tidak bertemu langsung (Janice, Purwanti , & Aisyah, 2023).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Di Media Sosial Youtube”**

B. Penegasan Istilah

1. Dakwah

Dakwah dalam arti sebenarnya adalah kegiatan yang dilakukan secara sadar oleh individu, baik secara individu maupun dalam kelompok, untuk menegakkan ajaran Islam dan mencapai ridha Allah Swt. Untuk mewujudkan kesalehan umat, kegiatan dakwah akan dibutuhkan dalam segala situasi. Akibatnya, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyebaran ajaran Islam tetapi juga memupuk kesadaran masyarakat untuk menegakkan tauhid, menumbuhkan persaudaraan, keadilan, dan membangun masyarakat Islami. Dakwah akan mencakup banyak hal jika didefinisikan hanya sebagai tindakan. Namun, tindakan itu baru dapat disebut sebagai dakwah jika memiliki ciri dan sifat tertentu.

Jika perbuatan tersebut memiliki kemampuan untuk memberikan kesempatan kepada orang lain untuk mengerti, memahami, meyakini, dan hidup secara positif, maka perbuatan tersebut dianggap sebagai dakwah. Seorang da'i memberikan pencerahan dan kesadaran tentang bagaimana manusia adalah hamba Allah dan bagaimana mereka harus mengabdikan kepadaNya sesuai dengan aturannya. Tugas seorang da'i adalah mengajak dan memotivasi orang lain untuk melaksanakan ajaran agama dengan cara yang baik dan benar. Menurut syariat Islam, dakwah adalah suatu upaya untuk meningkatkan iman seseorang. Sasaran utama dakwah adalah mewujudkan suatu tatanan sosial di mana sekelompok manusia hidup dalam kedamaian, keadilan, dan keharmonisan di antara keragaman yang ada, yang mencerminkan misi islam sebagai rahmatan lil a'lamin (Sakdiah, 2015).

Tujuan dakwah adalah untuk mendorong obyek dakwah (mad'û) untuk beriman kepada Allah dan mengesakan-Nya. Dalam konteks akidah islamiyah, dua jenis pengesaan kepada Allah dikenal. Yang pertama adalah pengesaan dengan asumsi bahwa Allah SWT adalah pencipta alam semesta dan segala isinya; ini disebut tauhid rububiyah. Yang kedua adalah pengesaan dengan asumsi bahwa kita hanya perlu tunduk, taat, dan pasrah kepada-Nya; ini disebut tauhid uluhiyah atau tauhid ilahiyah (Faizah, 2020).

2. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah cara pesan disampaikan untuk mencapai tujuan komunikasi. Cara penyampaian dan bahasa yang baik adalah contoh gaya komunikasi yang baik. Menurut Widjaja, gaya yang dimaksud sendiri dapat berupa jenis verbal, yang mencakup kata-kata, atau nonverbal, yang mencakup bahasa badan, waktu, dan penggunaan ruang dan jarak.

Pengalaman menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang tepat penting dan bermanfaat karena akan membuat komunikasi lebih mudah dan menghasilkan hubungan yang harmonis. Target pengirim dan keinginan penerima membentuk gaya komunikasi. Selain itu, mereka digunakan untuk mendapatkan tanggapan atau respons tertentu terhadap situasi tertentu. Gaya komunikasi seseorang tidak dipengaruhi oleh tipenya; sebaliknya, keadaan membuatnya. Ketika mereka gembira, sedih, marah, tertarik, atau bosan, setiap orang berkomunikasi dengan cara mereka sendiri. Ini berlaku untuk orang-orang yang berbicara dengan teman baiknya, orang-orang baru, dan anak-anak. Banyak faktor memengaruhi gaya komunikasi; itu sangat dinamis dan tidak dapat diprediksi. Budaya dan komunikasi gaya terkait. (Anggriawan , 2017).

3. Youtube

YouTube adalah aplikasi media baru yang memungkinkan untuk melihat unggahan video yang diposting oleh orang lain dan juga memungkinkan Anda mengunggah, menonton, dan berbagi video secara gratis. Konten video di YouTube biasanya termasuk klip, film, televisi, dan video yang dibuat oleh pengguna sendiri (Wiryany, 2019). YouTube adalah platform video yang andal dan beragam, memungkinkan pengguna untuk menemukan, menonton, dan berbagi konten "gambar bergerak". Fitur interaktifnya, seperti komentar dan siaran langsung, membuatnya menonjol dari TV konvensional. YouTube telah menciptakan fenomena baru dengan munculnya profesi "YouTuber", yang menciptakan dan membagikan konten mereka di platform ini, bahkan menjadi pilihan karier bagi banyak anak muda. (Rohman & Husna, 2017).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah yaitu; Bagaimana gaya komunikasi dakwah Ustaz Felix Di Media Sosial Youtube”

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai kajian tentang Bagaimana gaya komunikasi dakwah Ustaz Felix Di Media Sosial Youtube dalam pengembangan dakwah untuk penelitian selanjutnya, Hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai kajian tersendiri bagi penulis dalam mengembangkan ilmu metodologi yang dimiliki.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan peneliti tentang ilmu dakwah dan pemanfaatan teknologi internet khususnya media Youtube sebagai media dakwah. Diharapkan juga bisa bermanfaat bagi pembaca terutama pengguna teknologi media instagram agar memanfaatkannya sebagai sumber informasi dakwah islam. Selain itu diharapkan juga bisa menjadi referensi

bagi para pendakwah untuk mengikuti strategi dan Bagaimana gaya komunikasi dakwah Ustaz Felix Di Media Sosial Youtube.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka peneliti perlu menyusun sistematika yang sedemikian rupa agar dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini akan memberikan gambaran umum mengenai judul penelitian ,termasuk sejarah singkat mengenai profil subjek yang diteliti.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjawab rumusan masalah dan hasil dari penelitian yang diteliti.

BAB VI PENUTUP

Bab ini membahas kesimpulan dan saran serta merupakan bagian penutup dari rangkaian penulisan skripsi yang dibuat oleh peneliti.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Terdahulu

Untuk menghindari adanya penafsiran yang salah tentang istilah yang digunakan dalam penulisan judul proposal diatas, maka penulis merasa perlu untuk memberikan penegasan terlebih dahulu pada istilah-istilah yang terdapat dalam judul, dan pembatasan masalahnya sebagai berikut:

1. “Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dedeh pada program “Mama dan Aa di Indosiar.” Judul skripsi ini tulis oleh Muhammad Rosyid Ardiyansah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2019 Skripsi ini memiliki tujuan mengetahui dan menganalisis gaya komunikasi Mama Dedeh pada program Mamah dan Aa’ di Indosiar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati siaran Mamah dan Aa sepanjang 8 (delapan) episode di youtube. Teknik pengumpulan data secara dokumentasi dan studi pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas ialah terletak pada sama-sama membahas tentang gaya komunikasi dakwah, sedangkan perbedaannya ialah penelitian terdahulu membahas dalam program “mama dan aa” di Indosiar sedangkan penelitian saat ini membahas tentang di media youtube tetapi berbeda dengan objek penelitiannya.
2. “Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Soleh Mahmoed (Solmed) Dalam Berdakwah”. Fedian Fakultas Ilmu Dakwah Dan Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Tujuan dari skripsi ini adalah untuk mempelajari, membahas, dan mengetahui bagaimana gaya komunikasi Ustadz Solmed dalam bedakwah dan pandangan kolegan terhadap gaya komunikasi Ustadz Solmed ketika menyampaikan dakwah dalam konteks islam melalui ceramah ataupun pidato dalam forum ceramah. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan untuk perbedaannya ialah gaya komunikasi Ustadz Solmed ketika menyampaikan dakwah dalam konteks islam melalui ceramah ataupun pidato dalam forum ceramah sedangkan penelitian ini membahas tentang gaya komunikasi ustasz Felix Siauw dimedia youtube.
3. “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Muhammad Arifin Ilham” (Studi Kasus dalam Ceramahnya yang berjudul “Ikuti Maunya Allah”). Ahmad Sairoji (2020), Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi ini dijadikan dalam menjalankan dakwah sehari-hari. penelitian ini menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman. Persamaan penelitian ini dengan

penelitian diatas ialah terletak pada sama-sama membahas tentang gaya komunikasi dakwah, sedangkan untuk perbedaannya ialah penelitan sebelumnya gaya komunikasi nya diterapkan dalam menjalankan dakwah sehari-hari dan menggunakan teknik analisis model Miles and Huberman.

4. “Strategi Dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dan Ustadz Adi Hidayat Di Youtube Serta Efeknya Terhadap Publik”. Judul skripsi tersebut ditulis oleh Nurul Muzayyana Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Skripsi ini memiliki tujuan untk mengetahui strategi dan gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh ustadz Abdul Somad dan Adi Hidayat khususnya dimedia youtube. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu analisis Deskriptif. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, sedangkan untuk perbedaannya ialah Perbedaan yang didapat adalah dimediannya yang dimana penelitian sebelumnya di youtube sedangkan penelitian ini adalah melalui youtube juga namun perbedaannya diobjek penelitiannya.
5. “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Ilal Dalam Program Acara Aksi Asia Di Indosiar” judul skripsi tersebut ditulis oleh Muflikhatul Hidayah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, IAIN Purwokerto. Tujuan dari skripsi ini adalah Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dengan jelas bagaimana gaya komunikasi ustadz Ilal selama mengikuti ajang Aksi Asia di Indosiar Dalam penelitian ini, peneliti lebih menekankan pada gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Ilal. Hasil penelitian yang didapat dari menganalisis gaya komunikasi ustadz Ilal bervariasi. Seperti *The Controlling style, dramatic, animated expensive, friendly, argumentative*. Penggunaan kata-kata yang begitu menarik, membuat dakwah Ilal disukai oleh semua kalangan. Persamaan penelitian diatas ialah sama-sama menganalisis gaya komunikasi dalam berdakwah. Dan perbedaan antara peneliti sebelumnya ialah pada tujuannya yang dimana penelitian sebelumnya bertujuan untuk mengetahui dengan jelas bagaimana gaya komunikasi ustadz Ilal selama mengikuti ajang Aksi Asia di Indosiar sedangkan penelitian saat ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi Ustadz Felix Siau di media youtube.

B. Kajian Teori

1. Analisis

Kata "analisis" sering terdengar saat menilai kegiatan. Ini biasanya dilakukan untuk sampai pada kesimpulan tentang bagaimana kegiatan tersebut dilakukan. Analisis, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah proses penyelidikan dan penguraian suatu masalah untuk mengetahui keadaan



sebenarnya dan proses pemecahan masalah yang dimulai dengan dugaan dan kebenarannya (Sulchan Yasyin). Analisis biasanya dilakukan pada akhir suatu kegiatan untuk mengidentifikasi masalah yang muncul selama kegiatan tersebut dan untuk memastikan bahwa kegiatan selanjutnya akan lebih sesuai dan efektif dengan yang diharapkan. Ini menunjukkan bahwa tujuan dari analisis adalah untuk menyelidiki faktor-faktor yang berkontribusi pada perbedaan yang terjadi dalam suatu peristiwa (Magdalena, Sundari, Nurkamilah, Nasrullah, & Amalia, 2020).

Analisis juga dapat didefinisikan sebagai upaya sistematis untuk mempelajari pokok persoalan penelitian dengan memilah-milah atau menguraikan elemen informasi yang telah dikumpulkan ke dalam unit-unit analisis. Analisis adalah teknik penelitian yang ditujukan untuk membuat kesimpulan dengan cara mengidentifikasi karakteristik tertentu pada pesan secara sistematis dan objektif. Menurut Iqbal Hasan, analisis adalah memecah suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian atau komponen yang lebih kecil untuk mengidentifikasi komponen yang menonjol (memiliki nilai ekstrem), membandingkan masing-masing komponen dengan satu sama lain, dan membandingkan salah satu atau beberapa komponen dengan keseluruhan.

2. Dakwah

Dakwah adalah tujuan untuk menyebarkan Islam sepanjang sejarah. Oleh karena itu, masalah utama adalah bagaimana aktivitas dakwah berinteraksi dengan tujuan dakwah. Sebagaimana dinyatakan oleh Kuntowijoyo dalam Solahudin dan Sarbini (2004: 7) bahwa tujuan utama Islam adalah mengubah masyarakat sesuai dengan nilai-nilai dan impian individu tersebut. Untuk mencapai transformasi sosial, dakwah Islam memerlukan pembentukan paradigm dakwah. Ini akan memungkinkan pembangunan sistem sosial yang sesuai dengan prinsip dan prinsip Islam. Pemikiran dakwah dan aktivitas dakwah adalah dua kategori utama dakwah. Pertama, dia mengacu pada semua upaya perenungan dakwah dari perspektif ontologis, epistemologis, dan aksiologis. Oleh karena itu, pemikiran dakwah bersifat teoritis sebagai upaya untuk generalisasi melalui pendekatan deduktif dan induktif untuk membangun struktur ilmu dakwah. Kategori kedua mencakup semua aktivitas dan gerakan dakwah di lapangan. Kegiatan *amr bi al-ma'ruf wa nahy 'an al-munkar* benar-benar ada di antara umat Islam.

Para ahli bervariasi dalam pemahaman mereka tentang dakwah Islam berdasarkan terminologi. Ada yang mengatakan bahwa dakwah adalah transformasi sosial atau perubahan sosial yang didasarkan pada nilai-nilai normatif tas Islam dengan tujuan untuk menciptakan suatu kondisi sosial dan pribadi yang selaras, selaras, dan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Ada juga yang mengartikan dakwah secara normatif, yaitu mengajak manusia ke jalan kebaikan dan petunjuk untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat (Fariyah, 2014).



Pada dasarnya, dakwah adalah penyampaian pesan yang berasal dari pemikiran dai tentang ajaran Islam yang terkandung dalam al-Qur'an dan al-Hadis, yang kemudian disampaikan kepada khalayak atau sasarannya, yaitu mad'u, dengan tujuan untuk memberi tahu, mempengaruhi, mendidik, atau hanya mengisi waktu senggang. Tujuan dakwah, seperti halnya komunikasi, adalah untuk mengubah sikap, karakter, dan tindakan khalayaknya (al-mad'u). Namun, tujuan dakwah adalah supaya mad'u dapat dan ingin mengikuti ajaran Islam yang sebenarnya (Suhandang). Menurut H.M. Arifi, dakwah didefinisikan sebagai suatu kegiatan ajakan yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk mempengaruhi orang lain, baik individu maupun kelompok, untuk memperoleh pengertian, kesadaran, dan sikap penghayatan serta pengamalan ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa unsur paksaan (Farihah, 2014).

Menurut beberapa definisi di atas, dakwah dapat didefinisikan sebagai upaya manusia secara sadar untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam secara lisan maupun tulisan dengan tujuan mencapai amar ma'ruf nahi munkar untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah memiliki banyak kesamaan dengan proses komunikasi, baik dari segi proses maupun komponennya. Karena proses memanggil atau menyeru juga merupakan penyampaian (tabligh) atas pesan tertentu, istilah muballigh digunakan untuk menyampaikan pesan (*message*) kepada komunikan. Dalam sejarah, dakwah dapat dilihat, dipahami, dan dialami. Ide-ide ulama terungkap dalam referensi dan tindakan Islam yang terus berlanjut. Semua ini merupakan tindakan yang dianut oleh umat Islam yang mencakup penerapan pesan ilahiyah dalam kehidupan manusia sebagai cara untuk beribadah kepada Allah SWT. Ini melibatkan elemen dalam berbagai situasi di berbagai tempat dan waktu.

3. Dalil kewajiban tentang dakwah

Secara normatif yang dijadikan landasan dalam berdakwah adalah Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 yang berbunyi sebagai berikut:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِلَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu 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”.

Berdasarkan ayat diatas, dakwah yaitu kewajiban mengajak manusia kejalan Allah dengan cara hikmah, mau'idhahhasanah,dan mujadalah secara ahsan yang diaplikasikan dengan cara biahsan Al-Qur'an surat Fushshilat 41:33

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: *“Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, “Sungguh, aku termasuk orang-orang muslim (yang berserah diri)?”*

Dakwah juga merupakan perwujudan tugas dan fungsi manusia sebagai khalifah fial-ardh yang melekat sejak awal penciptaan manusia, yaitu dalam rangka menumbuhkan dan mewujudkan keshalehan individu dan keshalehan sosial,yaitu pribadi yang memiliki kasih sayang terhadap sesama umat serta mewujudkan tatanan masyarakat marhamah yang dilandasi oleh kebenaran tauhid,persamaan derajat,semangat persaudaraan,kesadaran akan arti pentingnya kesejahteraan untuk Bersama,serta penegakan keadilan ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Tugas dan fungsi manusia sebagaimana disebutkan diatas merupakan implikasi dari kedudukan dan posisi manusia sebagai hamba Allah yang diangkat menjadi petugasnya dengan jabatan sebagai khalifah (wakil Allah) dibumi,sebagaimana ditegaskan didalam Al-Qur’an diantaranya yaitu:

1. Tugas beribadah,yaitu menegakkan ke-Esaan Allah memberantas segala macam kemusyirikan dan melaksanakan pengabdian kepadanya.
2. Tugas khalifah, yakni bahwa manusia adalah khalifah(wakil) Allah dibumi.Sementara itu dalam dakwah pasti ada yang namanya masalah atau problem dengan adanya perkembangan masyarakat merupakan sebuah keniscayaan.

Hal ini sangat mungkin karena manusia secara alami diciptakan untuk bersosialisasi dan hanya dapat bertahan hidup dalam kelompok. Dakwah adalah upaya untuk mengubah kondisi seseorang dan masyarakat ke arah yang lebih baik dan ideal.Dakwah Islam pada dasarnya merupakan aktualisasi iman yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang masyarakat yang dilakukan secara teratur. Tujuan dakwah ini adalah untuk mewujudkan ajaran Islam di setiap aspek kehidupan manusia dengan cara yang direncanakan dan khusus. Salah satu tugas sistem dakwah adalah mengubah lingkungan secara khusus. Ini meletakkan dasar bagi eksistensi masyarakat Islam dengan menciptakan nilai-nilai keadilan, samaan, persatuan, perdamaian, kesejahteraan, kebaikan, dan keindahan. Dakwah juga membebaskan individu dan masyarakat dari sistem kehidupan yang dzalim (tirani, totaliter) menuju sistem kehidupan yang adil, dan menyampaikan kritik sosial atas penyimpangan yang terjadi dalam masyarakat (Masmuddin, 2010).

4. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah hasil yang ingin dicapai atau diperoleh oleh tindakan dakwah secara keseluruhan. Semua rencana dan tindakan dakwah harus ditujukan dan diarahkan agar tujuan dakwah dapat tercapai. Tujuan aktivitas dakwah adalah nilai yang diharapkan dapat dicapai dan diperoleh. Karena tujuan merupakan bagian dari rangkaian kegiatan dakwah, para pelaku dakwah harus

memahami dan memahami tujuan. Tujuan dimaksudkan untuk memberi petunjuk tentang bagaimana kegiatan dakwah dapat dilakukan, karena tanpa tujuan yang jelas, semua aktivitas dakwah akan sia-sia (Nurmahyati, 2016).

5. Metode dakwah

Al-Hikmah, yang berarti bijaksana. Hikmah berarti mencegah. Jika dihubungkan dengan hukum, itu berarti mencegah kezaliman, dan jika dihubungkan dengan dakwah, itu berarti menghindari hal-hal yang tidak relevan saat melakukan tugas dakwah. Dalam dakwah al-hikmah, bijaksana, akal budi yang mulia, dada yang lapang, dan hati yang bersih dimaksudkan. Pengertian al-hikmah sering digunakan dalam dakwah untuk diterjemahkan ke dalam arti bijaksana, yang dapat diartikan sebagai strategi untuk mencegah orang lain tersinggung atau dipaksa untuk menerima konsep tertentu.

Dari pemahaman di atas, kegiatan dakwah harus selalu mengarah pada pertimbangan manusiawi dengan cara yang lemah lembut, menghindari sikap keras hati yang dapat mempengaruhi orang lain. (Agusman & Hanif, 2021). Al-Mau'idzah Al-Hasanah: Namanya berasal dari dua kata: mau'izah dan hasanah. Al-mau'izah Al-Hasanah dapat diartikan sebagai ungkapan yang mengandung unsur bimbingan, pendidikan, pengajaran, kisah-kisah, berita gembira, peringatan, dan pesan-pesan positif (wasiat) yang dapat digunakan sebagai pedoman hidup untuk mencapai keselamatan dunia. Tekanan dakwah ini berfokus pada peringatan yang baik dan memiliki kemampuan untuk masuk ke dalam hati seseorang, mendorong para mad'u untuk berbuat baik.

Al-Mujadalah Bi-al-lati Hiya Ahsan bersal dari kata jadala, yang berarti memintal atau melilit. Selain itu, kata jadala juga dapat berarti menarik tali dan mengikatnya untuk membuatnya lebih kuat. Orang yang berdebat tampak menarik dengan ucapan untuk meyakinkan lawannya. Mereka melakukan ini dengan menguatkan pendapat mereka melalui argumen. Istilah "al-mujadalah bi-al-lati hiya ahsan" mengacu pada upaya dua pihak untuk bertukar pendapat secara sinergis tanpa menimbulkan permusuhan di antara mereka. Diskusi yang baik tidak menyudutkan dan melecehkan satu sama lain, terutama sampai memicu permusuhan. Setiap orang harus saling menghargai dan menghormati, menerima kebenaran satu sama lain, dan dengan tulus menerima hukuman dari kebenaran tersebut. (Agusman & Hanif, 2021).

6. Fungsi-fungsi dakwah

Menyampaikan kebenaran Islam (Al-Tabligh wa al-Bayan): Pada dasarnya, setiap nabi dan rasul Allah memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan kebenaran agama (risalah) kepada orang-orang yang mereka utus kepada mereka. Tabligh berarti menyampaikan kebenaran dalam bahasa agama. Konsep utama dari pengertian tabligh adalah upaya untuk menyampaikan ajaran ilahi kepada manusia. Dengan kata lain, itu berarti menyampaikan, menyebarkan,

dan mengajarkan ajaran ilahi kepada orang lain dengan tujuan untuk menyejukkan nurani dan mencerahkan pikiran.

Menurut pakar bahasa Al-Ashfahani, kata tabligh mengacu pada kegiatan menyampaikan kebenaran (agama) secara lisan. Sayyid Quthub mengatakan bahwa tabligh berarti menyampaikan dan menyeru orang kepada kebenaran agama, terutama aqidah tauhid. Menurut Sayyid Quthub, ada dua alasan mengapa para nabi dan rasul Allah harus melakukan tabligh. Pertama, tabligh dilakukan untuk member informasi kepada manusia tentang adanya kebenaran dari Allah Swt, dan mereka diharapkan untuk menerima dan beriman kepada kebenaran yang disampaikan oleh para Nabi dan Rasul Allah agar mereka aman dari azab Allah. Selain itu, kedua tabligh dilakukan sebagai hujah (Hajjah) Allah atas manusia. Dengan kata lain, tabligh menunjukkan bahwa Allah Swt telah menyampaikan kebenaran kepada manusia melalui para Nabi dan Rasulnya, sehingga tidak ada alasan bagi manusia untuk tidak beriman (Hajjah) atas umat manusia .

Amar Ma'ruf Dan Nahi Mungkar: Amar ma'ruf dan nahi munkar merupakan kewajiban kaum muslim baik sebagai individu maupun umat, dan merupakan tuntutan agama dan iman. Ini juga merupakan ciri dan karakter utama yang membedakan masyarakat Islam dari masyarakat lain. Masyarakat Islam memiliki kepedulian terhadap kebaikan dan petunjuk Allah; mereka selalu bekerja sama dan bersatu untuk membangun kebaikan dan memerangi kejahatan.

Perang Suci (Jihad Fi Sabil Allah) Perang suci (Jihad Fi Sabil Allah), juga dikenal sebagai jihad, merupakan tugas penting dalam Islam. Dalam situasi perang atau damai, jihad adalah usaha yang sungguh-sungguh dengan mengeluarkan segala kemampuan yang dimiliki, baik dengan lisan maupun dengan apa pun, demi meninggikan kalimat Allah dan memuliakan agama Nya (Ali, 2014).

7. Sumber Pesan Dakwah

Al-Qur'an dan Sunnah memberikan petunjuk (hudan) kepada manusia dalam keyakinan, peribadatan, mu'amalah, dan akhlak mulia. Selain mengandung ajaran dari kitab-kitab sebelumnya, Al-Qur'an juga berfungsi sebagai pembeda (alfurqan) antara yang haq dan yang bathil. Mempelajari al-Qur'an dimulai dengan membaca, menulis, menterjemah, dan menafsirkan ayat-ayatnya untuk memahami dan mengamalkannya. Untuk mencapainya, ilmu-ilmu seperti qiro'ah, bahasa Arab, tafsir, hadis, usul fikih, dan sebagainya diperlukan. An-Nawawi menjelaskan beberapa aturan untuk mengutip ayat-ayat al-Qur'an sebagai sarana dakwah. Mereka termasuk menulis dan membaca ayat dengan benar, mengikuti terjemahan, menyimpan tulisan di tempat yang aman dari kotoran, membacanya secara keseluruhan dan tidak dipenggal-penggal, dan menggunakan tartil yang benar. Setiap tulisan atau ucapan ayat harus dimulai dengan kata "Allah swt."

Hadis Nabi saw. Al-Qur'an memuat seluruh ajaran Islam, dan Rasulullah saw. menafsirkan dan menjelaskan al-Qur'an dengan berbagai hadis beliau, sehingga al-Qur'an menjadi pesan yang jelas bagi mereka yang membacanya. Hadis nabi saw. terdiri dari kategori shahih, hasan, dan dala'if menurut kualitasnya. Enam perawi hadis terkenal adalah Imam Bukhari, Muslim, Nasa'i, Turmizi, dan Ibnu Majah. Da'i harus mengetahui kualitas hadis yang dia sampaikan dan memprioritaskan hadis shahih daripada hadis hasan.

Pendapat Para Sahabat Sahabat yang pernah bertemu dengan rasul disebut sahabat nabi saw. Pendapat sahabat memiliki nilai yang tinggi karena mereka pernah belajar langsung kepada rasul saw. mereka ikut berdakwah dan berjihad di jalan Allah. Hadis-hadis nabi pada umumnya diriwayatkan oleh para sahabat senior. Pendapat Ulama: Kandungan al-Qur'an dan al-Hadis didukung dan dijelaskan oleh pendapat ulama. Ini juga berlaku untuk masalah yang belum ditentukan oleh kedua sumber utama, ulama berijtihad untuk menjawabnya (Kamaluddin, 2016).

8. Gaya Komunikasi

Enam gaya komunikasi versi Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss (1996: 115) juga akan menambah khasanah keilmuan sebagai berikut:

- a. Gaya komunikasi mengendalikan Gaya komunikasi mengendalikan Gaya komunikasi mengendalikan ditandai dengan keinginan untuk membatasi, memaksa, dan mengontrol perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Istilah "gaya pengendalian" merujuk pada gaya komunikasi ini. Mereka yang berkomunikasi dengan cara ini disebut komunikator satu arah atau komunikasi satu arah. Mereka yang menggunakan gaya komunikasi kontrol ini tidak tertarik untuk berbagi pesan dan tidak tertarik pada umpan balik kecuali jika umpan balik atau feedback tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Mereka lebih fokus pada pengirim pesan daripada upaya mereka untuk berharap pesan. Para komunikator satu arah tidak khawatir dengan perspektif negatif orang lain; sebaliknya, mereka berusaha menggunakan kekuatan dan otoritas mereka untuk memaksa orang lain mengikuti pendapat mereka. Pesan-pesan yang dikirim oleh komunikator satu arah ini tidak berusaha "menjual" ide untuk dibicarakan, tetapi lebih pada upaya menjelaskan apa yang dilakukannya. Untuk mendorong orang lain untuk bekerja dan bertindak dengan baik, kontrol komunikasi ini sering digunakan. Ini biasanya diucapkan secara kritis. Gaya komunikasi yang mengendalikan ini, bagaimanapun, tidak jarang bernada negatif, yang menyebabkan orang lain memberi tanggapan atau respons yang negatif juga.
- b. Gaya komunikasi dua arah Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya setiap anggota dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal.

Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama. Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way communication*). Orang-orang ini yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja. *The equalitarian style* ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam organisasi, sebab gaya ini efektif dalam memelihara empati dan kerja sama, khususnya dalam situasi untuk mengambil keputusan terhadap suatu permasalahan yang kompleks. Gaya komunikasi ini pula yang menjamin berlangsungnya tindak berbagi informasi diantar para anggota.

- c. *The Structuring Style* Gaya komunikasi yang berstruktur ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagi informasi.
- d. *The Dynamic Style* Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). *The dynamic style of communication* ini sering dipakai oleh para juru kampanye ataupun survisor yang membawa wiraniaga. Tujuan gaya komunikasi yang agresif ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja/karyawan untuk bekerja dengan lebih cepat dan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis, namun dengan persyaratan bahwa karyawan atau bawahan mempunyai kemampuan yang cukup untuk mengatasi masalah yang kritis tersebut.
- e. *The Relinquishing Style* Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan luas, berpengalaman, teliti serta bersedia untuk bertanggung jawab atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebankannya.
- f. *The Withdrawal Style* Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada



beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut (Febriani, 2018).

Terdapat berbagai macam gelombang gaya bicara yang dapat diamati dalam berbagai konteks komunikasi. Berikut adalah beberapa contoh:

1. Gelombang Bicara Lambat: Sebaliknya, gelombang bicara lambat melibatkan tempo yang lebih rendah dengan jeda yang lebih panjang antara kata-kata. Ini mungkin menunjukkan ketenangan, kehati-hatian, atau pemikiran yang dalam. Orang-orang yang berbicara dengan lambat memang terkesan kurang pintar. Namun mungkin saja sebaliknya, orang yang bicara lambat cenderung adalah pribadi yang pemikir dan cerdas. Orang ini memiliki pikiran yang aktif dan mempertimbangkan dengan baik dalam menyampaikan maksud dan pendapatnya.
2. Gelombang Bicara Cepat: Ini adalah gaya bicara di mana seseorang berbicara dengan kecepatan tinggi tanpa banyak jeda antara kata-kata. Hal ini sering terlihat pada orang yang bersemangat atau penuh gairah tentang topik yang mereka bicarakan. Orang yang sering bicara secara cepat atau tempo yang tergesa-gesa biasanya adalah orang yang ingin didengarkan. Orang ini Seringkali tak punya waktu banyak untuk bicara. Selain karena sibuk hal itu juga karena ia tidak terlalu mendominasi suatu percakapan. Terkadang ada yang memotong pembicaraannya sehingga ketika memiliki kesempatan untuknya bicara, ia berusaha secepat mungkin menyampaikan pendapatnya. Berbicara dengan cepat seringkali membuat apa yang dimaksud oleh orang ini jadi tidak tersampaikan dengan baik.
3. Gelombang Bicara Monoton: Ini adalah gaya bicara di mana intonasi dan ritme tidak berubah banyak, sehingga menghasilkan kesan datar atau membosankan. Orang dengan gelombang bicara monoton mungkin terlihat kurang bersemangat atau terlibat secara emosional.
4. Gelombang Bicara Formal: Ini adalah gaya bicara yang digunakan dalam situasi formal, seperti pidato, presentasi, atau wawancara resmi. Biasanya ditandai dengan penggunaan kata-kata yang tepat, intonasi yang disesuaikan, dan ritme yang terkontrol.
5. Gelombang Bicara Santai: Sebaliknya, gelombang bicara santai biasanya digunakan dalam situasi informal atau santai, seperti percakapan antara teman-teman. Ini bisa melibatkan penggunaan bahasa yang lebih santai, intonasi yang lebih terbuka, dan ritme yang lebih longgar.

9. Bentuk-bentuk Gaya Komunikasi

Menurut Matthew McKay, Martha Davis Bentuk-Bentuk Gaya Komunikasi dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: assertive, agresif, dan passive atau gaya non assertive.



a) *Assertive style*

Assertive style adalah gaya komunikasi di mana komunikator membuat pernyataan secara langsung sambil mempertimbangkan perasaan, ide, dan harapan. Komunikator dengan gaya ini memiliki kemampuan untuk mendengarkan atau menyimak dengan baik, sehingga orang lain mengetahui bahwa mereka didengarkan. Selain memberikan perintah langsung, gaya komunikasi ini terbuka untuk negosiasi dan kompromi. Saat perilaku pribadi berkaitan dengan emosi yang tepat, jujur, dan relatif terus terang, tanpa memperhatikan orang lain. Salah satu karakteristik gaya komunikasi asertif adalah sebagai berikut: efektif dan aktif mendengarkan, sedikit pernyataan, selalu ada pengharapan, menyatakan pengamatan, menghindari label atau penilaian, ekspresi diri secara langsung, jujur, dan segera, dan sering menggunakan humor.

b) *Aggressive style*

Aggressive style adalah gaya komunikasi di mana komunikator sering menyatakan perasaannya dengan mudah dan mengabaikan hak dan perasaan orang lain. Kalimat sarkastik atau bercanda yang berlebihan seringkali membuat orang lain sakit hati. Ketika orang berperilaku agresif, mereka sering menunjukkan kekuatan dan kekuasaan mereka. Jadi, kadang-kadang menyampaikan pesan bukan hanya dengan kata-kata, tetapi juga dengan bahasa tubuh yang menunjukkan kekuatan dan dominasi. Beberapa karakteristik gaya komunikasi aggressive adalah sebagai berikut: tertutup, kurang mendengarkan, sering melakukan interupsi, dan cenderung mengontrol pembicaraan.

c) *Passive Style*

Passive Style Komunikator dalam gaya komunikasi pasif cenderung tersenyum dan lebih banyak menyampaikan kebutuhannya kepada orang lain. Gaya komunikasi ini menghindari ekspresi langsung perasaan, ide, dan harapan komunikator. Komunikator juga lebih cenderung melakukan daripada mendengarkan. Gaya pasif sering berhenti berkata-kata dan membuat suara yang lemah lembut. Tidak langsung menyampaikan ide, selalu setuju, tidak pernah berbicara lebih dulu, dan cenderung ragu-ragu adalah karakteristik gaya komunikasi passive (Kodir & Rizkiyanto, 2021).

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi seperti gaya berbicara, karakteristik, tanda-tanda verbal dan nonverbal yang dipakai untuk mendapatkan respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*).

Tabel berikut ini menunjukkan kategori indikator dari 3 gaya komunikasi utama itu berlaku umum dalam komunikasi manusia. Analisis yang dilakukan menggunakan 3 gaya utama komunikasi gaya asertif, agresif, dan gaya pasif

berdasarkan indikator yang dibuat oleh Myers-Briggs dalam Alo Liliweri (2011). Tabel berikut ini menunjukkan kategori indikator dari 3 gaya komunikasi utama itu berlaku umum dalam komunikasi manusia. Chairani Marlina, (2015)

Tabel II.I
Indikator Gaya Komunikasi

Variabel tampilan	Agresif	Pasif	Asertif
karakteristik	<ol style="list-style-type: none"> 1. mencapai tujuan dengan perhitungan 2. sangat dominan dalam berkomunikasi, main tabrak 3. Ingin menjadi patron 4. kasar dan sinis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apopogetic, sadar diri 2. percaya orang lain tapi tidak percaya diri 3. tidak suka nyatakan keinginan dan perasaan diri 4. memberikan orang lain membuat keputusan bagi dirinya 5. tidak perlu dapat sesuatu biar orang lain dapat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. tidak suka menilai 2. mengamati perilaku daripada memberikan label 3. percaya diri dan orang lain 4. Konfiden 5. sadar diri 6. terbuka, luwes, dan serba guna 7. rasa humor dan suka berguyon 8. tegas 9. proaktif dan inisiatif
Perilaku	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suka menjatuhkan orang lain 2. Tidak pernah berfikir tentang kesalahan orang lain 3. Tampil seperti bos 4. Memasuki ruang privasi orang lain, terlalu berkuasa 5. Ketika berkomunikasi suka mendorong orang menjauhi dirinya 6. Seolah mengetahui sikap semua orang 7. Tidak menunjukkan apresiasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Napas panjang /kuat 2. Coba ambil posisi jadi penengah 3. Tenang jika menghadapi masalah 4. Akan bertanya jika situasi tidak menentu 5. Bertindak dengan cara komplain 6. Biarkan orang lain juga ikut memilih 7. Sulit mengimplementasi kan rencana 8. Rela berkorban 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mulai bekerja dari apa yang dia pilih 2. Tahu apa yang dibutuhkan dan kembangkan rencana untuk mendapatkannya 3. Berorientasi pada tindakan 4. Ada bakat kerja diperusahaan 5. Realistis dalam harapan 6. Adil dan jujur 7. Konsisten 8. Melakukan tindakan tepat memberikan apa yang orang lain inginkan

Moto dan Keyakinan	<ol style="list-style-type: none"> 1. “setiap orang pasti suka saya” 2. “saya tidak pernah bersalah” 3. “saya selalu benar anda selalu salah” 	<ol style="list-style-type: none"> 1. “jangan bilang bahwa perasaanmu benar” 2. “jangan buat ribut” 3. “tidak sepakat” 4. “orang lain berbuat lebih baik dari pada apa yang sya buat” 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Percaya diri dan percaya orang lain merupakan nilai 2. Bersikap asertif tidak berarti selalu menang, tangani situasi menjadi efektif 3. “saya benar dan orang lain juga benar”
Gaya Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertutup 2. Sedikit mendengarkan 3. Sukar mendengar pandangan orang lain 4. Interupsi 5. Monopoli pembicaraan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak langsung 2. Selalu sepakat 3. Tidak pernah bicara lebih dulu 4. Ragu-ragu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efektif, dan aktif mendengarkan 2. Sedikit pernyataan selalu ada pengharapan 3. Menyatakan pengamatan, tidak pernah beri label atau penilaian 4. Ekspresi diri secara langsung, jujur dan segera menyatakan perasaan dan keinginan 5. Cek perasaan orang lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Tanda-tanda Verbal	<ol style="list-style-type: none"> 1. “anda harus (should, ought better)”. 2. “jangan pernah bertanya apa sebab, tetapi lakukan!” 3. Menyimpangkan kata-kata verbal 	<ol style="list-style-type: none"> 1. “anda dapat lakukan itu” 2. “anda lebih berpengalaman daripada saya” 3. “saya tidak bisa...” 4. “ini bisa salah, tapi...” 5. “saya akan coba...” 6. Monoton, energi rendah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. “saya akan pilih...” 2. “apa yang harus saya pilih?” 3. “apa alternatif yang saya dapat pilih?”
Tanda-tanda Non Verbal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suka tunjuk pakai telunjuk 2. Dahi berkerut 3. Menatap dengan tajam dan kritis 4. Pandangan marah 5. Tatapan marah 6. Tampil dingin 7. Suara nyaring 8. Ceplak-ceplos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu gelisah 2. Selalu angguk kepala kalau berkomunikasi 3. Jarang ekspresikan wajah 4. Senyum dang angguk tanda setuju 5. Mata selalu sayu dan sedih 6. Tampilan tubuh melorot 7. Volume suara-rendah 8. Waktu bicara nada suara menigkat 9. Ragu-ragu ketika ada kecemasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terbuka, gesture alamiah 2. Sangat atensi, ekspresi wajah menarik 3. Kontak mata-langsung 4. Tampilan tubuh penuh percaya diri, santai 5. Volume suara tepat, ekspresif 6. Bicara dengan nada yang bervariasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konfrontasi & pemecahan masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bernafsu menang sendiri, mengancam, dan mempertahankan diri 2. Bernafsu menang dan mempersalahkan orang lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Suka menghindar dan menunda 2. Menarik diri dan muka berengit 3. Mengatakan setuju meskipun dalam hati belum sepakat 4. Mengeluarkan energi untuk menghindari konflik 5. Habiskan waktu untuk minta nasihat 6. Terlalu sering bilang setuju 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Negosiasi, berunding, trules off, kompromi 2. Menghadpi masalah, tepat waktu selesai 3. Tidak mau membiarkan persaan negatif timbul
Sangat Perasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marah 2. Kejam 3. Frustrasi 4. Tidak bersahabat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak berdaya 2. Tidak suka menerima kredit demi pekerjaan 3. Jarang mengakui ketidakmampuan orang lain 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antusias 2. Ingin damai 3. Ingin tenang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Efek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terprovokasi menghaapi agresi, asingkan diri dari orang lain, kadang sakit mental 2. Berani buang waktu dan energi 3. Membayar mahal untuk human relationships 4. Daya tahan kuat terhadap penyimpangan, sabotase, dan lain-lain 5. Bentuk aliansi untuk melawan 6.Suka membenci 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasrah dan berserah diri 2. Membangun relasi ketergantungan 3. Pposisi pendapat orang in tidak jelas 4. Khawatir harga dirinya perlahan lahan hilang 5.Mempermasalahk an masalah orang lain 6. Tidak terlalu suka untuk disukai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan harga diri dan percaya diri 2. Meningkatkan harga diri orang lain 3. Merasa termotifasi dan mengerti 4. Orang lain juga tau dimanaposisi mereka.
------	--	---	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ditinjau dari pengertiannya diatas maka, komunikasi dan dakwah memiliki hakikat yang sama, yang mana sama-sama menyampaikan pesan. Hanya saja yang membedakan adalah isi pesan yang disampaikan. Komunikasi memuat pesan-pesan umum sedangkan dakwah memuat pesan-pesan yang berisikan nilai-nilai ajaran agama islam. Dengan ini maka gaya dakwah sama macamnya dengan gaya komunikasi, begitupula gaya komunikasi dakwah. Oleh karen itu, gaya komunikasi dakwah berarti suatu pola tingkah laku ataupun cara komunikator dakwah menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada komunikan dakwah. Ketika seorang komunikator yang baik maka harus memiliki gaya komunikasi yang baik pula untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara komunikator dan komunikan.

10. Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Komunikasi

Menurut Dianne Hofner Saphiere (2005), beberapa faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi, antara lain:

- a. Kondisi Fisik Sesuai dengan penjelasan di atas, jelas bahwa bagaimana kita berkomunikasi sangat mempengaruhi gaya komunikasi kita. Ketidaknyamanan dan kurangnya kepastian antara pengirim dan penerima pesan, serta ketidaksesuaian atau kenyamanan antara kedua belah pihak, dapat terjadi sebagai akibat dari komunikasi yang dilakukan dengan cara yang sama seperti komunikasi secara langsung.
- b. Peran kita sendiri (sebagai pelanggan atau teman atasan) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi cara kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda terhadap peran mereka sendiri dan orang lain, jadi mereka sering berbicara satu sama lain.
- c. Konteks Historis Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsa-bangsa, tradisi spiritual, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana kita memandang satu sama lain, dengan demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.
- d. Kronologi Bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang. Hal tersebut akan membuat perbedaan, jika itu adalah pertama kalinya seseorang berinteraksi tentang sesuatu atau kesepuluh kalinya, jika interaksi masa lalu seseorang telah berhasil atau tidak menyenangkan. Maka akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.
- e. Bahasa Bahasa yang kita gunakan, “versi” dari bahasa yang kita ucapkan misalnya, Aussie, Inggris, atau versi bahasa Inggris Amerika dan kelancaran kita dengan bahasa tersebut. Semuanya memainkan peran dalam gaya berkomunikasi seseorang. Gaya komunikasi seseorang dalam bahasa Inggris berarti bahwa orang yang terbiasa berbahasa jepang tidak sepenuhnya



memahami dia, dan kemampuan ini akan memberikan batasan pada seseorang untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.

- f. Hubungan Seberapa baik kita tahu orang lain, dan seberapa banyak kita suka atau percaya dia dan sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Selain itu, pola kita mengembangkan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek kumulatif pada interaksi selanjutnya antara mitra relasional.
- g. Kendala Metode yang seseorang gunakan untuk berkomunikasi (misalnya, beberapa orang membenci e-mail atau panggilan telepon) dan waktu yang kita miliki hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode di atas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara kita berkomunikasi (Febriani, 2018).

11. Hambatan Dalam Gaya Komunikasi

Menurut (Suranto 2011:17) komunikasi interpersonal memiliki setidaknya tiga aspek hambatan, yaitu :

1. Hambatan Mekanik Hambatan yang terjadi akibat adanya gangguan pada media atau alat yang digunakan dalam berkomunikasi.
2. Hambatan Semantik Hambatan yang terjadi akibat pesan yang disampaikan tidak diterima dengan baik. Biasanya ini terjadi akibat salah tanggap karena setiap pesan akan berarti lain bagi orang lain yang menerima pesan atau cara penyampaian pesannya.
3. Hambatan manusiawi Hambatan yang muncul dari dalam diri seseorang itu sendiri, biasanya hambatan ini terjadi dikalangan anak cenderung terlihat sendiri atau lebih banyak diamnya.

Sedangkan menurut Effendy (2017) mencantumkan empat hambatan komunikasi. Pertama, hambatan sosiologis, antropologis, dan psikologis. Hambatan sosiologis ini terkait Status sosial, tingkat pendidikan, Ini bisa menjadi penghalang komunikasi. Masalah antropologi seperti ras, agama, adat istiadat, dan norma memengaruhi proses komunikasi. Komunikasi menjadi sulit karena masalah mental seperti kesedihan, prasangka, dan perbedaan budaya. Kedua, hambatan bahasa atau hambatan semantik. Ketika komunikator menyampaikan sesuatu dengan cara yang berbeda, masalah ini biasanya muncul. Misalnya karena komunikator salah mengucapkan atau ucapannya tidak dipahami. Ketiga, tingkat ketahanan mekanis Hambatan ini muncul sebagai akibat dari penggunaan media dalam komunikasi, yang menyebabkan berbagai kesalahan teknis yang mengganggu proses komunikasi. Keempat, masalah lingkungan. Karena kegagalan komunikasi berasal dari lingkungan, ini juga disebut sebagai penghalang lingkungan. tempat komunikasi terjadi (Kustiawan, Melani, & dkk, 2022).



12. Media Sosial

Menurut Antony Mayfield (2008) yang memberikan gagasannya berupa definisi media sosial dimana menurutnya pengertian media sosial adalah media yang penggunaannya mudah berpartisipasi, berbagai dan menciptakan peran, khususnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/karakter 3D).

Andreas Kaplan dan Michael Haenlien mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan orang untuk membuat dan berbagi konten yang dibuat oleh orang lain. Media sosial, menurut Lisa Buyer, adalah cara paling interaktif, terbuka, dan menarik untuk berhubungan dengan orang lain saat ini. Pengertian Media Sosial Menurut Sam Decker Menurut Sam Decker yang turut serta memberikan perannya dalam bentuk gagasan berupa definisi media sosial yang menurutnya bahwa pengertian media sosial adalah konten digital dan interaksi yang dibuat oleh dan antar satu sama lain. Pengertian Media Sosial Menurut Marjorie Clayman Menurut Marjorie Clayman bahwa definisi atau pengertian media sosial adalah alat pemasaran baru yang memungkinkan untuk mengetahui pelanggan dan calon pelanggan dengan cara yang sebelumnya tidak mungkin. Philip Kotler dan Kevin Keller mengatakan bahwa media sosial adalah platform di mana pengguna dapat berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan perusahaan dan dengan satu sama lain. Pengertian Media Sosial Menurut Henderi, Muhammad Yusup, dan Yuliana Isma Graba (2007: 3)

Menurut Henderi, dkk, bahwa pengertian media sosial adalah situs jaringan sosial misalnya layanan berbasis web yang memungkinkan bagi setiap individu untuk membangun profil publik ataupun semi publik dalam sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung, dan melihat dan menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem (Purbohastuti, 2017).

Secara umum, fungsi media sosial adalah sebagai berikut:

1. Media sosial dapat memperluas jangkauan interaksi manusia karena menggunakan jaringan internet dan teknologi berbasis web.
2. Media sosial dapat membuat penggunaannya berkomunikasi dengan banyak orang (many to many)
3. Media sosial juga mempermudah pengguna dalam berbagi pengetahuan dan informasi. Orang yang menerima pesan A bisa dengan mudah membagikannya ke orang lain (Nainggolan, Rondonuwu, & Waleleng, 2018). menurut Kaplan dan Haenlein Ada enam jenis media sosial yang berasal dari konsep-konsep Web 2.0, yakni :
 - a) *Collaborative Projctcs* Merupakan media yang menyajikan informasi yang biasa dijumpai dalam bentuk ensiklopedia yang didalamnya memuat



berbagai macam artikel-artikel, biografi, dan berbagai macam informasi. Contoh dalam jenis ini adalah Wikipedia.

- b) *Blogs dan Mikroblog* Merupakan jenis sosial media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sekarang ini, pengguna dapat menulis dan mengupdate status dengan dibatasi dengan jumlah karakter. Sebagai contoh adalah Twitter, Tumblr
- c) Komunitas konten Sosial media untuk berbagi video yang populer dimana pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi video dan foto secara bebas. Sebagai contoh adalah Youtube, Instagram dan Tik Tok.
- d) Situs Jejaring Sosial Jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi secara luas kepada siapa saja dan dimana saja dengan bebas, memiliki jumlah masa yang sangat besar. Contoh media sosial ini adalah Facebook
- e) Game Dunia Virtual Realitas dunia maya dalam bentuk permainan dimana pengguna dapat berinteraksi dan bermain bersama dalam lingkungan yang disimulasikan dalam sebuah permainan komputer. Sebagai contoh yaitu *World of Warcraft, Point Blanck, dll.*
- f) Virtual Dunia Sosial Merupakan simulasi internet tiga dimensi yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk menciptakan kehidupan baru secara virtual sesuai imajinasi masing-masing pengguna. (Cahyono A. S., 2017)

Dengan berkembangnya internet dan smartphone, media sosial juga berkembang dengan pesat. Dengan menggunakan smartphone kita saat ini, kita dapat mengakses media sosial di mana saja dan kapan saja. Oleh karena itu, kecepatan orang dalam mengakses media sosial menyebabkan fenomena besar dalam arus informasi dan fenomena lainnya, serta konsekuensi terkaitnya. Karena itulah penting bagi kita untuk menggunakan media sosial dengan hati-hati.

13. Karakteristik Media Sosial

Media sosial merupakan suatu platform yang erat kaitannya dengan internet atau merupakan dari bagian new media. Adanya karakteristik pada media sosial merupakan suatu yang dianggap penting agar dapat memberikan ciri khas atau pembeda dengan media lainnya. Karakteristik media sosial dapat digunakan dalam bidang jurnalistik, hubungan masyarakat, pemasaran, juga politik. Nasrullah menyebutkan berikut merupakan karakteristik media sosial tersebut meliputi:

- a. Dalam ilmu komputer, jaringan (*network*) antar pengguna adalah infrastruktur yang menghubungkan komputer atau perangkat keras lainnya. Karakter media sosial adalah jaringan, atau jaringan, dan terdiri dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet.

- b. Informasi Salah satu fitur media sosial yang paling menonjol adalah informasi, karena media sosial memungkinkan pengguna untuk memproduksi, mengonsumsi, dan berbagi informasi. Media sosial dapat didefinisikan sebagai dua hal: media sosial sebagai alat atau perantara yang digunakan berdasarkan informasi, dan informasi sebagai bahan yang digunakan dalam media sosial.
- c. Arsip Salah satu karakteristik utama media sosial adalah arsip, yang memungkinkan setiap informasi dan kegiatan pengguna dapat diakses kembali. Ini adalah ciri unik dari media sosial karena, selain memiliki kemampuan untuk menggunakan jaringan dan memberikan informasi, media sosial juga memiliki kemampuan untuk menyimpan arsip, yang memungkinkan pengguna mengakses dan menempatkan informasi yang mereka butuhkan.
- d. Interaksi Salah satu ciri khas media sosial yang membedakannya dengan media lainnya, terutama dengan media konvensional (old media), adalah interaksi. Adanya interaksi memungkinkan pengguna media sosial untuk memperluas hubungan pertemanan di internet.
- e. Simulasi sosial: Jean Baudrillard mendefinisikan simulasi sosial sebagai kesadaran yang real di benak khalayak atau pengguna media sosial semakin berkurang, bahkan hampir tergantikan oleh realitas semu di dunia virtual, atau internet. Pengguna media sosial sekarang seolah-olah berada di antara ilusi atau realitas dan realitas.
- f. Konten oleh pengguna Istilah konten oleh pengguna dalam media sosial memiliki arti bahwa dalam media sosial pengguna dapat mengonsumsi serta memproduksi konten. (Kurnia & dkk, 2018).

14. Efek Dakwah

Setiap aktivitas dakwah pasti akan memiliki hasil. Artinya, jika da'i menyampaikan dakwah menggunakan materi dakwah. Sebagai hasil dari wasilah dan thariqah tertentu, respons dan dampak pada mad'u (penerima dakwah) akan muncul. Dalam ilmu komunikasi, umpan balik, juga dikenal sebagai "umpan balik", adalah hasil dari reaksi terhadap dakwah. Sederhananya, itu adalah reaksi yang dihasilkan oleh tindakan dakwah. Menurut Jalaludin Rahmat, efek dapat terjadi pada berbagai tingkat, misalnya

Efek kognitif, yaitu terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi.

1. Efek afektif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai.



2. Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku (Tirabusky, Sazali, & Abidin, 2024).

15. Youtube

Pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis di situs web video sharing terkenal YouTube. Didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, tiga mantan karyawan Paypal, pada bulan februari 2005. Di YouTube, video biasanya adalah klip film, TV, dan penggunaannya sendiri (Tjanatjantia. Widika, 2001:259). Seiring perkembangannya, saat ini youtube adalah salah satu Media online yang paling banyak di gunakan oleh Kalangan di seluruh Dunia khususnya di Indonesia, dengan sifatnya yang fleksibel yang membuat penonton atau penikmat dari youtube dapat mengaksesnya dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja melalui smart phone, tablet ataupun computer. Tidak dapat dipungkiri bahwa di era modern ini, banyak orang yang beralih ke Youtube untuk menonton televisi. Ini disebabkan oleh beberapa alasan, termasuk kemampuan untuk memilih tema tayangan yang tersedia, apakah itu hiburan (misalnya musik, film, komedi, dan lain-lain), atau edukasi (misalnya, review ponsel dan gadget). Dengan banyaknya pengguna Youtube di Indonesia yang memiliki kegemaran baru, para pengguna Youtube dapat menghasilkan uang baru. Youtube adalah salah satu platform yang dapat digunakan untuk meningkatkan popularitas baru dan menghasilkan keuntungan. Ada sejumlah besar artis televisi yang beralih ke menjadi artis YouTube. Dengan menggunakan Youtube, Anda dapat memperoleh popularitas dan penghasilan tambahan.

Dengan kemudahan akses dan kemampuan untuk menghasilkan uang, Youtube telah menjadi salah satu lahan pekerjaan baru yang diciptakan secara tidak sengaja atau secara tidak sengaja. Pada dasarnya, para pelaku Youtube hanya melakukan apa yang mereka suka tetapi dapat menghasilkan uang melaluinya. Orang-orang yang membuat konten dan kemudian menampilkannya di Youtube dikenal sebagai youtubers (Naser, 2019).

16. Model Dakwah di Youtube

Beberapa model yang dapat ditemukan atau digunakan dalam berdakwah melalui Youtube. Beberapa model tersebut adalah sebagai berikut;

- a. Video Ceramah Serial; yakni membuat suatu program ceramah serial dengan durasi yang cukup panjang (lebih dari 50 menit). Serial maksudnya tema dan judul yang diangkat tersusun sebagai suatu rangkaian.
- b. Video Ceramah Singkat; yakni video yang berisikan ceramah berdurasi pendek (10-15 menit) dengan membahas persoalan tertentu. Tema dan judul yang diangkat tidak terikat, dan dapat pula disesuaikan dengan kondisi- kondisi aktual.
- c. Video Potongan Ceramah; yakni potongan video singkat saat dai melakukan ceramah di tempat tertentu dalam kegiatan tertentu. Video rekaman ceramah yang



- panjang, dapat dipotong-potong menjadi suatu pesan pendek sehingga penonton tidak menunggu lama.
- d. Video Musik/lagu; yakni pesan-pesan dakwah melalui musik atau lagu yang diunggah di kanal Youtube, baik dalam bentuk asli maupun cover.
 - e. Video Cerita Singkat; yakni membuat video singkat yang isinya memiliki “jalan cerita” layaknya film. Dalam hal ini juga bisa termasuk film pendek.
 - f. Aliran Langsung; yakni melakukan siaran langsung untuk setiap ceramah seorang dai di suatu tempat.
 - g. Video Komunitas; yakni video yang diproduksi oleh komunitas tertentu yang memiliki visi dakwah. Isi video yang diproduksi bergantung pada scop dan fokus komunitas tersebut. Sesungguhnya model-model dakwah di media Youtube ini masih dapat dikembangkan dengan beberapa varian lagi, disesuaikan dengan segmentasi atau sasaran mad’u-nya. Misalnya, dengan menggunakan salah satu model di atas, tetapi lebih khusus atau fokus pada sasaran anak-anak, perempuan, remaja, ibu-ibu, dan lain sebagainya (Hamdan & Mahmuddin, 2021).

17. Keterkaitan Media Youtube dan Dakwah

1. Sasaran yang sama.

Sasaran Youtube, seperti media lainnya, adalah khalayak atau publik. Dalam perkembangan saat ini, youtube telah menjadi sangat sosial. Masyarakat lebih suka menggunakan Youtube sebagai sumber informasi dan hiburan daripada televisi. Youtube adalah alat yang bagus untuk menyampaikan berbagai informasi karena memungkinkan pesan atau informasi sampai ke banyak audiensi. Ini diperkuat karena youtube adalah media audio visual, yang berarti selain dapat didengar juga dapat dilihat. Sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan Youtube sebagai sumber informasi dan hiburan utama. Banyak orang di negara ini menghabiskan banyak waktu untuk menonton Youtube.

Sebaliknya, dakwah juga membutuhkan khalayak atau publik, seperti Youtube. Jika dakwah Islam dapat memanfaatkan media ini dengan efektif, jangkauan dakwah akan lebih luas. Sebagian besar, video segmentasi dibuat berdasarkan apa yang diminati oleh masyarakat atau khalayak. Setiap video atau kanal biasanya memiliki beberapa bagian yang dapat ditonton kembali. Misalnya, video atau kanal yang berisi perdebatan tentang topik seperti politik, ekonomi, agama, dll. Selain itu, dakwah dapat membagi mad'u sasarannya menurut demografi mereka. Misalnya, strategi yang sesuai untuk mad'u milenial, seperti musik dan sinetron, harus diterapkan. Dakwah dapat masuk dan mempengaruhi khalayak Youtube dengan menggunakan berbagai segmentasi mereka.

2. Kesamaan kebutuhan

Fakta bahwa Youtube dan dakwah memiliki tujuan yang sama membuat keduanya memiliki kebutuhan yang sama. Youtube membutuhkan pemirsa secara kuantitas maupun kualitas; jumlah pemirsa yang lebih besar meningkatkan



kualitas situs web, dan sebagian dari pemirsa tersebut dapat menjadi pemirsa fanatik, yang biasanya dapat diperoleh dari video yang dirilis. Dakwah dapat memanfaatkan peluang ini jika dikelola dengan kreatif. Menjadikan Youtube sebagai Media Dakwah: Seiring perkembangan teknologi, metode dakwah juga mengalami perubahan dan kemajuan, tetapi tetap mempertahankan tujuan dakwah. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui pengajian dan ceramah di masjid atau forum tertentu. Di era modern ini, kegiatan dakwah sudah memanfaatkan kemajuan teknologi. Salah satunya adalah platform video Youtube (Hamdan & Mahmuddin, 2021)

B. Kerangka Berpikir

Gambar II. II

Teori gaya komunikasi menurut Matthew McKay, Martha Davis



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan pendekatan netnografi untuk mempelajari dan memahami kehidupan atau budaya internet. Pendekatan netnografi sama dengan internet + netnografi, dan merupakan pendekatan untuk mempelajari budaya pengguna internet (media sosial). Penelitian kualitatif tentang netnografi bertujuan untuk memahami pengalaman budaya yang termasuk dan tercermin dalam jejak digital, praktik, dan sistem jejak online.

Salah satu pendekatan yang relatif baru dalam netnografi tidak dapat dilepaskan dari peran internet dalam kehidupan kita. Mempelajari budaya melalui internet bukan hanya mempelajari budaya yang berbeda dari kehidupan nyata; pada dasarnya, mempelajari kehidupan masyarakat modern. Studi ini tidak menghasilkan atau menggunakan perhitungan angka dalam prosesnya. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan atau tertulis dari objek yang kita amati. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami peristiwa.

Metode kualitatif berusaha menafsirkan makna didalam suatu kejadian maupun peristiwa yang dilakukan oleh manusia dalam keadaan tertentu menurut pikiran peneliti itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini ialah mengungkap atau memahami obyek penelitian secara mendalam. (Suharsimi Arikunto,2006)

B. Sumber Data Penelitian

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer merupakan bahan utama yang dijadikan referensi pada suatu penelitian. Data primer diperoleh langsung dari subjek atau objek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan secara langsung pada subjek atau objek sebagai sumber informasi yang dicari. Pada penelitian ini, data primer yang digunakan yaitu video dakwah ustadz Felix Siauw pada Youtube. (RullyDesthianPahlephi,2022)

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data yang kedua dari data yang dibutuhkan. Artinya data sekunder diperoleh melalui pihak lain dan tidak langsung diperoleh dari subjek atau objek penelitian. Dalam hal ini data sekunder diperoleh dari buku-buku,artikel atau tulisan-tulisan yang berkaitan dengan strategi dan gaya komunikasi dakwah ustaz Felix Siauw pada Youtube..

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam bagaimana seseorang mendapatkan data-data penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Dalam proposal ini, penulis menggunakan penelitian kualitatif. Dalam

pengumpulan data kualitatif Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam mengumpulkan data, yaitu sebagai berikut:

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian kualitatif. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan. Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti terhadap objek penelitiannya. Observasi berguna untuk menjelaskan, memberikan, dan merinci gejala yang terjadi pada objek yang diteliti. Teknik observasi pada penelitian ini yaitu penulis menyaksikan peristiwa dakwah Ustadz Felix Siau Di Media Sosial Youtube ((Humaniora, 2022).

Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data pada video dakwah Ustadz Felix Siau Di Media Sosial Youtube yang kemudian di analisis oleh peneliti. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain (Sugiyono).

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan informasi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang berupa catatan, buku-buku, surat kabar, recorder, foto-foto, agenda dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Teknik dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya. Teknik ini untuk mengumpulkan data-data berupa catatan-catatan, surat dan foto, gambar dan lain-lain. Adapun data-datanya antara lain: data profil Ustadz Felix Siau Di Media Sosial, video yang diambil sebagai penelitian, dan Youtube yang diteliti. (Rachmat Krisyantono, 2014)

D. Validasi Data

Validasi data meruakan suatu proses pengujian kebenaran dari data yang akan dijadikan dasar kajian dalam penelitian. Dalam Pengujian kebenaran pasti sangat melekat dengan teknik pengumpulan data yang mana saat peneliti mencari dan mengumpulkan informasi yang digunakan untuk menganalisis masalah atau menganalisis data. Validasi data berisi proses suatu dokumentasi yang harus dilakukan dengan cara yang sesuai dengan tata cara, metode, dan prosedur penelitian yang berlaku. Dan biasanya, bahan, proses, dan prosedur dalam dokumentasi ini sudah diatur sebelumnya.

Validasi data penting dalam untuk mengukur sah tidaknya suatu penelitian. Dikatakan mempunyai validitas tinggi saat tes validasi



data menjalankan fungsi ukurnya dengan baik dan bisa memberi hasil ukur yang tepat maupun akurat.

E. Teknik Analisis data

1. Reduksi Data

Reduksi yang berarti merangkum, memfokuskan hal yang penting. data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk pengumpulan data. dalam penelitian ini, peneliti mereduksi data-data yang dikumpulkan melalui objek penelitian, yaitu mengenai analisis gaya komunikasi dakwah Ustaz Felix Siau Di Media Sosial Youtube

2. Penyajian Data

Penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan hubungan antar kategori dan sebagainya. tujuan dari penyajian data ialah memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan selanjutnya berdasarkan apa yang telah di pahami. dalam penelitian ini penyajian data yang dilakukan peneliti dilakukan dalam bentuk uraian singkat agar mudah dipahami. penyajian data tersebut merupakan data-data yang di kumpulkan dari objek penelitian. yaitu mengenai analisis gaya komunikasi dakwah Ustaz Felix Siau Di Media Sosial Youtube (Pasaribu Humisar Parsaorantua Yuriewati Pasoreh Sintje A. Rondonuwu, 2017)

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penarikan kesimpulan terhadap data-data yang diperoleh dari lapangan. Peneliti juga memastikan bahwa data-data atau informasi tersebut merupakan data kredibel.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Biografi Ustadz Felix Siauw

Felix Yanwar Siauw Cen Kwok atau yang biasa dikenal dengan Ustadz Felix Siauw lahir di Palembang, Sumatera Selatan pada Januari 1984. Terlahir dari keluarga Chinese, nama Siauw Cen Kwok disematkan menjadi nama Tionghoanya. Sempat menjadi atheis karena agama yang dianut, Katolik, tidak dapat memuaskan pikirannya. Dia lalu mencari kebenaran dan hakikat hidup yang akhirnya memiliki paham agnostic sejak SMP kelas 3. 5 tahun tetap meyakini tuhan tanpa mau beragama, bahkan termasuk yang mengolok-olok agama. Sejak SMA Ustadz Felix pernah mencoba mempelajari Islam, namun pada saat itu Islam yang ia pelajari mengesankan kuno, asocial, klenik, tidak masuk akal, dan jorok, karena saat itu ia mempelajari Islam pada seorang yang referensinya kurang banyak.

Ia mengenal Islam pada tahun 2002 saat masih menjadi mahasiswa semester tiga di Institut Pertanian Bogor. Dia menemukan Islam setelah mencari selama lima tahun (sampai semester tiga kuliah). Ia percaya bahwa semua ajaran Islam logis dan sesuai dengan fitrah manusia, tidak ada yang bertentangan dengan akal manusia. Ustadz Felix pertama kali mengenal istilah "syari'at Islam" ketika ia masuk ke IPB, dan banyak anggota Hizbut Tahrir saat itu juga gencar menuntut penegakkan khilafah dan syariat Islam.

Ia mengatakan dari Hizbut Tahrir ia mengenal konsep Islam yang sama sekali berbeda dari yang ia ketahui dari awal, tentang konsep Islam mengenai akidah „aqliyah (akidah dari jalan berpikir), qodo-qodar (tentang takdir, hidayah, nasib) politik ekonomi, pendidikan, keuangan sampai idiologi Islam, mata Ustadz Felix terbuka, mengenai pandangan tentang Islam sama sekali berubah dan dari situ ia memahami Islam benar-benar secara kaffah Ustadz Felix begitu kagum dengan konsep Islam yang kaffah (menyeluruh), sehingga ia semakin ingin untuk masuk Islam. Ustadz Felix dibina langsung oleh Hizbut Tahrir, dari kitab-kitab asli berbahasa arabnya, ia membaca sendiri setiap baris demi baris, setiap paragrafnya lalu diterjemahkannya sendiri, serta memahami satu persatu apa yang dimaksud oleh penulisnya, memeriksanya apakah sesuai dengan AlQuran dan Al-Hadits dari situ ia menemukan bahwa apa yang ia ketahui dihidupnya sebelum ini tidak ada apa-apanya dibanding konsep Islam. 2 Melalui Hizbut Tahrir ia memahami kerangka berpikir Islam walau tidak sampai kepuncaknya namun ia memahami gambar utuhnya. Apa yang ditulis oleh Syekh Taqiyuddin An-Nabhani (pendiri Hizbut Tahrir) telah membentuk sebagian besar pola pikir Ustadz Felix sampai saat ini.

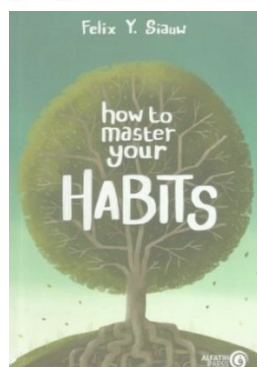
Akalnya pun terpuaskan oleh Islam dan ketenangan hati yang diperolehnya di dalam agama Islam. Perubahan setelah Ustadz Felix masuk islam sangatlah

signifikan, menurutnya akidah itu ibaratnya sebuah core dalam computer, maka ketika seseorang berganti akidah, segalanya juga ikut berubah. Yang paling nyata misalnya ketika ia merasakan ketenangan yang luar biasa ketika ia memeluk Islam, mendapatkan jawaban atas hidup, mendapatkan jawaban sebelum dan sesudah hidup, dengan sendirinya mantap menjalani hidup, apa yang dilakukan dalam hidup juga lebih jelas. Ketika Ustadz Felix mendapatkan jati diri baru sebagai seorang muslim tentu ada tantangan yang datang dari luar. Ketika ia menjadi Islam, ia jadi paham bahwa tantangan yang ia dapat tidak lain dan tidak bukan karena dimuliakan oleh Allah. Agama manapun mempunyai tantangan namun, ia menyadari bahwa ketika dalam Islam tantangannya terarah tantangannya memang untuk tujuan hidup.

Pada tahun 2006 Ustadz Felix memutuskan untuk menikah, yaitu tahun keempat setelah masuk Islam. Pada awalnya orangtua Ustadz Felix tidak menyetujui karena pada saat itu dirasa umur Felix masih sangat muda, namun akhirnya ia berusaha meyakinkan kedua orangtuanya dan akhirnya disetujui karena ayahnyaapun menikah diusia sangat muda dan ia juga mempunyai alasan untuk menikah muda. Sekarang Ustadz Felix sudah dikaruniai empat orang anak, yaitu Alila Shaffiya Asy-Syarifah (2008), Shirf Muhammad Al-Fatih 1453 (2010), Ghazi Muhammad Al-Fatih 1453 (2011) dan Aia Shaffiya Asy-Syarifah (2013). Ketika pada awal Ustadz Felix masuk Islam ia sangat kesulitan dalam mendapatkan ajaran Islam karena lingkungan sekitar tempat ia tinggal adalah non-Islam, terlebih ketika ia lulus dari bangku SMP dan melanjutkan sekolah di SMA Xaverius 1 Palembang. Hingga akhirnya ia lulus dari bangku SMA dan melanjutkan ke Institut Pertanian Bogor dari situlah Ustadz Felix mendapatkan Islam (Utami, 2022).

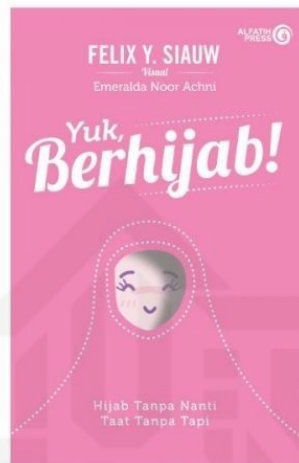
B. Karya-karya Felix Siauw

- a. Buku “*How to Master Your Habits*”, buku ini memiliki 169 halaman yang membahas mengenai cara menguasai keahlian tanpa motivasi yang dikhususkan untuk para pejuang dakwah.



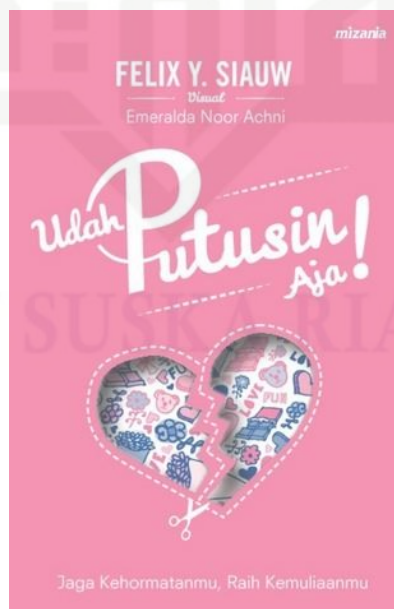
Gambar IV. I How to Master Your Habits

- b. Buku “Yuk Berhijab”, buku ini memiliki 148 jumlah halaman yang berisikan memotivasi untuk semua muslimah untuk menyempurnakan hijabnya.



Gambar IV.II Yuk Berhijab

- c. Buku “Udah Putusin Aja”, buku ini memiliki 180 jumlah halaman yang berisikan dakwah dengan cara memberi tau dan mengupas tentang maksiat pacaran dalam pandangan Islam. Buku ini juga dikhususkan untuk generasi mudamudi yang baru pertama mengenal sebuah cinta.



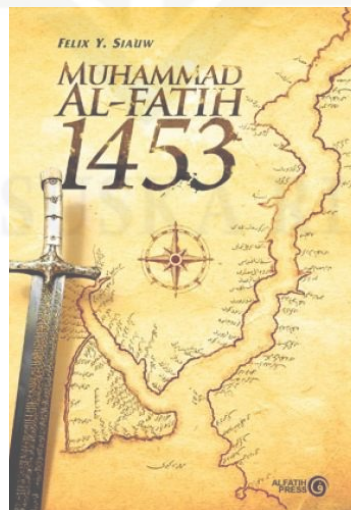
Gambar IV. III Udah Putusin Aja

- d. Buku “*Beyond The Inspiration*”, buku ini memiliki 267 jumlah halaman yang berisikan mengenai peradaban Islam terbesar dan terhebat kala itu.



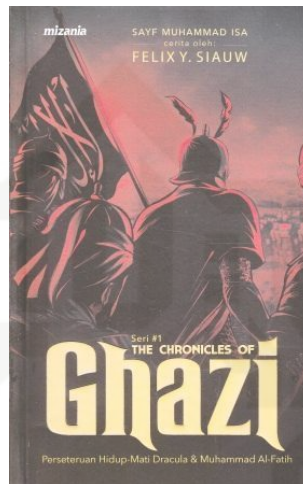
Gambar IV. IV Beyond The Inspiration

- e. Muhammad Al-Fatih 1453, buku ini mengisahkan tentang perjuangan seorang pemimpin Islam yang bernama Muhammad Al-Fatih yang menaklukkan konstantinopel bersama dengan pasukannya dengan keunikan yaitu mengangkat kebenaran sabda kesejarahan Rasulullah SAW pada abad ke 7 dan terealisasi pada abad ke 15, tentang bagaimana perjuangan sultan Mehmed II mulai mempersiapkan strategi sampai keseluruhannya



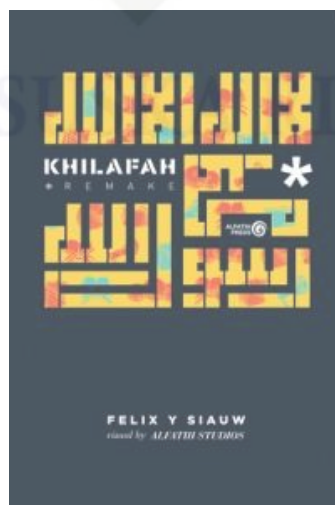
Gambar IV.V Muhammad Al-Fatih 1453

- f. *The Chronicles Of Ghazi*, buku ini membahas tentang kesalihan dan kearifan pemimpin Islam dalam memimpin peperangan bukan gila terhadap kekuasaan yang menjadi fokus peperangan tapi keinginan untuk mengabdikan diri pada penyampaian dakwah Islam.



Gambar IV. VI *The Chronicles Of Ghazi*

- g. *Khilafah Remake*, buku ini membahas tentang bagaimana khilafah masa terdahulu yang menjadikannya kejayaan Islam sebagai guru dari peradaban, terdapat juga urgensi khilafah yang mana mulai wajibnya berjamaah, kritikan mengenai sekularisme hingga tiga pilar yang menyongkekgkong kejayaan Islam, bertakwa, masyarakat yang berdakwah dan negara yang menerapkan Syariah.



Gambar IV.VII *Khilafah Remake*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari analisis gaya komunikasi dakwah Ustad Felix Siauw di media sosial YouTube, dapat disimpulkan bahwa pendekatan komunikasinya sangat efektif dalam mempengaruhi audiensnya. Gaya komunikasinya yang tegas dan asertif membantu dalam menyampaikan pesan dakwah dengan jelas dan memperkuat kepercayaan penonton terhadapnya. Selain itu, interaksi aktif dengan penonton, seperti merespons komentar dan pertanyaan, juga memperkuat daya komunikasi dakwahnya. Berdasarkan pengamatan dan hasil analisis di atas, disimpulkan dari tiga gaya yang dikemukakan oleh Kreitner & Knicki yaitu agresif, pasif dan tegas (asertive) Di akun YouTube miliknya, Ustad Felix Siauw menunjukkan beragam gaya komunikasi yang mencerminkan pendekatannya terhadap berbagai topik. Terkadang, beliau menggunakan gaya komunikasi asertif, yaitu dengan cara yang tegas namun penuh penghargaan terhadap pendapat orang lain. Ini terlihat dalam cara beliau menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan keyakinan dan kejelasan yang memotivasi para penontonnya. Selain itu, dalam beberapa situasi, Ustad Felix Siauw juga menunjukkan gaya komunikasi pasif, di mana beliau mungkin lebih bersikap mendengarkan dan memberikan ruang untuk pendapat orang lain tanpa terlalu dominan. Hal ini terlihat saat beliau memberikan kesempatan bagi penontonnya untuk berbagi pengalaman atau pandangan mereka dalam komentar atau dalam sesi tanya jawab.

Namun demikian, ada saat-saat tertentu di mana Ustad Felix Siauw juga menampilkan gaya komunikasi agresif, seperti ketika beliau dengan tegas menegaskan pendiriannya terhadap suatu masalah atau ketika menanggapi kritik yang tidak beralasan dengan sikap yang tegas namun tetap menghormati pendapat orang lain. Ini menunjukkan bahwa dalam berkomunikasi di platform publik, terkadang dibutuhkan kejelasan dan ketegasan untuk mengkomunikasikan pesan dengan efektif. Secara keseluruhan, melalui berbagai gaya komunikasi yang digunakan dalam konten YouTube-nya, Ustad Felix Siauw tidak hanya memperluas cakupan pesan-pesan keagamaan dan motivasinya, tetapi juga menunjukkan fleksibilitasnya dalam berinteraksi dengan audiens yang beragam. Gaya komunikasi yang dipilihnya secara cerdas membantu memperkuat koneksi dengan pengikutnya dan menjadikan saluran YouTube beliau sebagai sumber inspirasi dan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai spiritual dan kehidupan.

Dalam era digital ini, media sosial YouTube telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam menyebarkan pesan-pesan agama. Ustad Felix Siauw berhasil memanfaatkan platform ini dengan baik, membangun koneksi yang kuat dengan mad'unya dan menyebarkan pesan-pesan dakwah secara efektif.

B. Saran

Sebelum Penelitian mengakhiri skripsi ini perlu memandang untuk menyampaikan beberapa kritik dan saran yang berkenaan dengan penulisan skripsi ini

1. Bagi para da'i hendaknya dalam menyajikan gaya komunikasi dilakukan secara baik tidak menyinggung perasaan orang atau tidak tegas secara berlebihan ataupun bagi da'i profesional tidak meniru gaya orang lain, menjadi diri sendiri dan menguasai ilmu-ilmu akidah dan metode dakwah dengan benar, agar dakwahnya yang disampaikan dapat diterima oleh masyarakat atau mad'u di media sosial.
2. Tentunya sebagai Mahasiswa Prodi Manajemen Dakwah kita harus dapat berkomunikasi dengan menggunakan gaya komunikasi sehari-hari dengan baik, benar dan menarik, agar setiap pesan atau komunikasi yang disampaikan dapat terjalin secara efektif untuk anak-anak muda atau masyarakat lainnya di dalam media sosial agar dapat di mengerti dan dipahami, Dalam berdakwah juga tentunya harus mengerti wawasan, ilmu atau pesan akidah yang akan disampaikan diantaranya ilmu pengetahuan teori dan ilmu pengetahuan praktik agar tidak menimbulkan keresahan atau menimbulkan konflik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusman, & Hanif, M. (2021). Konsep Dan Pengembangan Metode Dakwah Di Era Globalisasi. *Jurnal Da'wah*, 53-54.
- Ali, B. (2014). Tugas Dan Fungsi Dakwah Dalam Pemikiran Sayyid Quthub. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 128-132.
- Anggriawan , F. (2017). Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada Pt. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan Di Samarinda. *Ilmu Komunikasi*, 264.
- Assyifa Qolbi .S. (2019) Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah
- Cahyono, A. S. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. 143.
- Cahyono, G., & Hassani, N. (2019). Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media . *Al-Hikmah*, 24.
- Chairani Marlina, (2015) Communication Style dan Perilaku Tawuran (Studi Kasus Communication Style yang Menyebabkan Adanya Perilaku Tawuran di Kalangan Siswa SMA Negeri 70 Jakarta). skripsi universitas sebelas maret
- Faizah, I. (2020). Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadits. *Holistic al-hadis*, 11.
- Fariyah, I. (2014). Pengembangan Karir Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah. *Jurnal Perpustakaan Libraria*, 120.
- Febriani, E. (2018). Gaya Komunikasi. 6-9.
- Febriani, E. (2018). Gaya Berkomunikasi. 13-14.
- Goleman, Nugraha , & dkk. (2017). Pengaruh Storytelling dalam Meningkatkan Kemampuan Empati Anak Usia Dini. *Jurnal Pendidikan Anak*.
- Hakim, M. L., & Hamidah, L. (2021). Metode Dakwah Kiai Pesantren Di Youtube (Studi Pada Pendekatan Dakwah Kiai Di Channel Alamien TV). *HIKMAH*, 268.
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 76-77.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hasmawati, F. (2022). Trendsetter Dakwah New Media (Media Sosial). *Wardah*, 125.
- Janice, Purwanti, M., & Aisyah, A. R. (2023). Perbedaan Komunikasi Asertif Berdasarkan Empat Jenis Pola Asuh Pada Dewasa Muda Di Jabodetabek. *Ilmiah Psikologi MANASA*, 65.
- Kamaluddin. (2016). Pesan Dakwah. *Kajian Ilmu-ilmu Keislaman*, 41-42.
- Kurnia, N. D., & dkk. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas. 5.
- Kustiawan, W., Melani, I. S., & dkk. (2022). Hambatan-hambatan dalam Berkomunikasi Internasional Mahasiswa Pengembangan Masyarakat Islam Kelas B UIN Sumatera Utara. *Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 5.
- Kodir, K. H., & Rizkianto, A. (2021). Gaya Komunikasi Dakwah Husain Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya di Youtube. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 52-53.
- LUBIS, K. S. (2024). *Pengaruh Konten Dakwah "Pacaran" Pada Akun Youtube Felix Siauw Terhadap Perubahan Sikap Mahasiswa (Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Mahasiswa (Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Mahasiswa (Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Pekanbaru: 2024.*
- Magdalena, I., Sundari, T., Nurkamilah, S., Nasrullah, & Amalia, D. A. (2020). Analisis Bahan Ajar. *Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 4.
- Masmuddin. (2010). Dakwah dan Pengembangan Masyarakat. *Al-Tajdid*, 42.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado. 7.
- Nainggolan, V., Rondonuwu, S. A., & Waleleng, G. J. (2018). Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado. 7.
- Naser, M. (2019). Peran Youtube Sebagai Wadah Konten Kreator Musik Di fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar. 2.
- Nurmahyati, S. (2016). Dakwah dan Pemberdayaan Perempuan. *Komunika*, 171.

- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Untirta*, 214-215.
- Rahayu , F. S. (2022). Media Sosial, Media Dakwah. *in Syiar Islam*, 1.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015 . *E-Journal UNDIP*, 2.
- Sakdiah, H. (2015). Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif . *Jurnal Ilmu Dakwah*, 2.
- Sulistyarini, & Dewantara, J. A. (2023). Kesadaran Masyarakat dalam Efektivitas Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Kewarganegaraan*, 521.
- Tirabusky, V. D., Sazali, H., & Abidin, S. (2024). fek Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadardi #LogIndiCloseTheDoor dalam Kanal YouTube Deddy Corbuzier. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 70.
- Utami, K. D. (2022). Tantangan Dakwah Ustad Felix Di Era Keterbukaan Media Sosial Berdasarkan Analisis Konten Youtube Arie Untung . 13.
- Wiriany, D. (2019). Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer. *Komunikasi dan Desain*, 25.

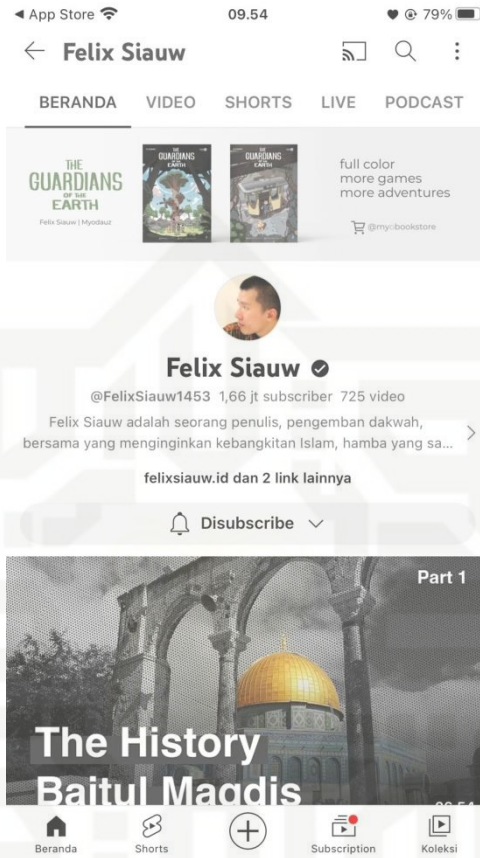




Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

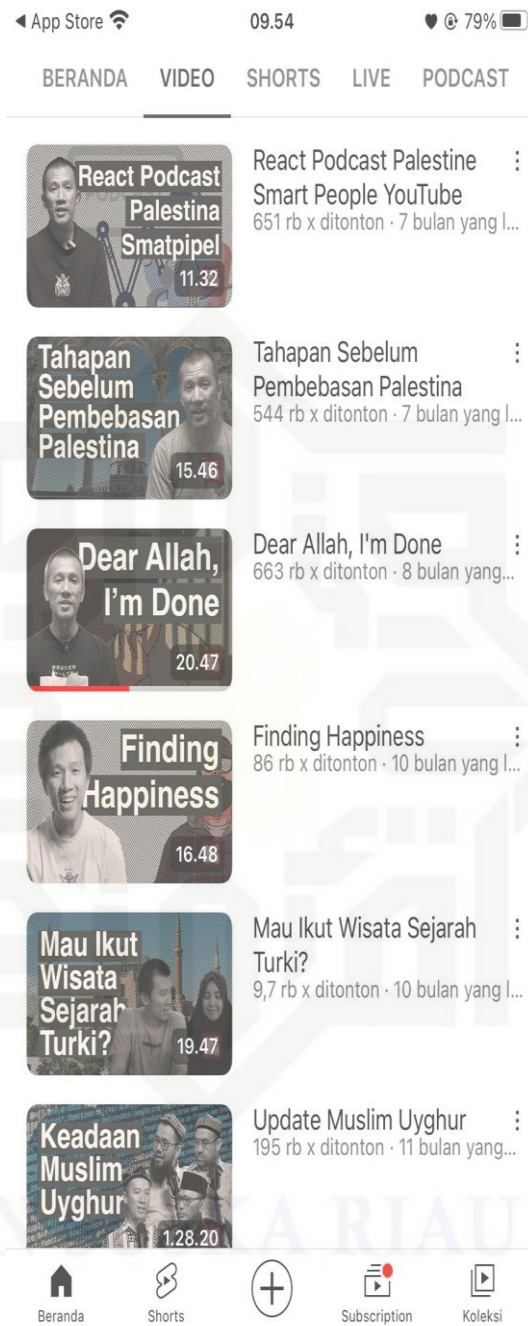
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN



Gambar 1. Tampilan Akun@FelixSiauw1453

UIN SUSKA RIAU



Gambar 2. Tampilan Akun@FelixSiauw1453

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

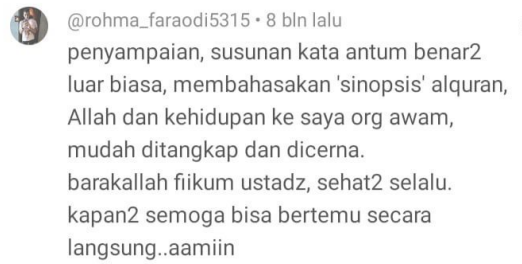
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

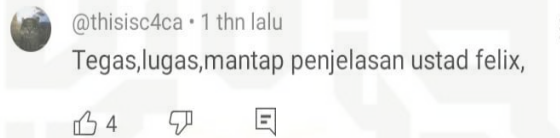


UIN SUSKA RIAU



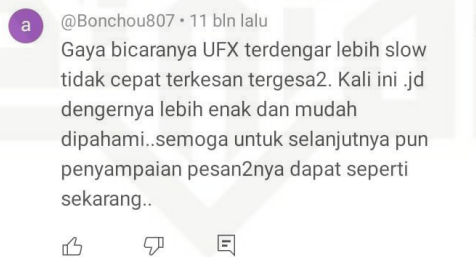
@rohma_faraodi5315 • 8 bln lalu
penyampaian, susunan kata antum benar2 luar biasa, membahasakan 'sinopsis' alquran, Allah dan kehidupan ke saya org awam, mudah ditangkap dan dicerna. barakallah fiikum ustadz, sehat2 selalu. kapan2 semoga bisa bertemu secara langsung..aamiin

Gambar 3. komentar pada video Dear allah,i'm done



@thisisc4ca • 1 thn lalu
Tegas,lugas,mantap penjelasan ustad felix,
4

Gambar 4. komentar pada video Kapan idul adha?

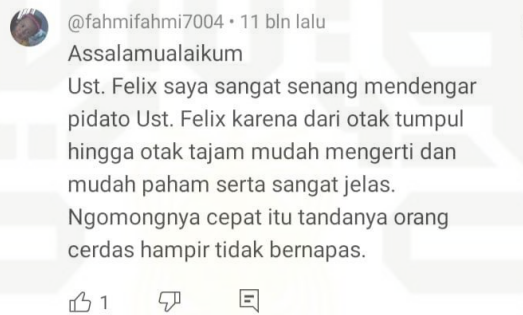


@Bonchou807 • 11 bln lalu
Gaya bicaranya UFX terdengar lebih slow tidak cepat terkesan tergesa2. Kali ini .jd dengernya lebih enak dan mudah dipahami..semoga untuk selanjutnya pun penyampaian pesan2nya dapat seperti sekarang..

Gambar 5. komentar pada video Artificial intelligence meniadakan agama?



Gambar 6. komentar pada video Pesan-pesan untuk mereka yang berhaji



Gambar 7. komentar pada video Sesat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP

Siti Delviana Rambe, Lahir di Danau Lancang, 13 Agustus 2002. Anak pertama dari tiga bersaudara, anak dari pasangan Ayahanda Pariadin Rambe dan Ibunda Deliwana Ritonga. Penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 032 Desa Danau Lancang, Kemudian melanjutkan pendidikan Tingkat Menengah Pertama di MTs Darul Falah dan selesai tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan Pendidikan tingkat Menengah Atas di MA Al-Falah Tapung Makmur dan lulus tahun 2020. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi dengan mengambil studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Alhamdulillah lulus pada tahun 2024 tepat pada semester VIII (Delapan). Berkat dari pertolongan Allah SWT, Serta Usaha yang diiringi Do'a dari kedua orang tua dan juga keluarga besar yang selalu mendukung dalam menjalani aktivitas akademik perguruan tinggi di UIN SUSKA RIAU. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melaksanakan penelitian dengan judul “Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Siau Di Media Sosial Youtube”. Penulis dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah pada tanggal 25 Juni 2024 di Jurusan Manajemen Dakwah dengan IPK terakhir 3,60 dengan predikat cumlaude dan berhak menyandang Gelar Serjana Sosial (S.sos).



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/66313
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : B-1892/Un.04IV/PP.00.9/05/2024 Tanggal 28 Mei 2024**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

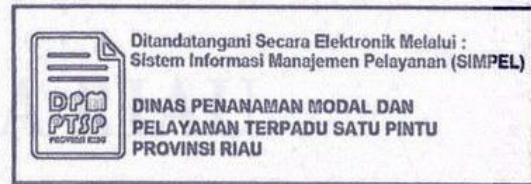
- | | | |
|----------------------|---|--|
| 1. Nama | : | SITI DELVIANA RAMBE |
| 2. NIM / KTP | : | 12040421313 |
| 3. Program Studi | : | MANAJEMEN DAKWAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ FELIX SIAUW DIMEDIA SOSIAL YOUTUBE |
| 7. Lokasi Penelitian | : | MEDIA SOSIAL |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperfunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 3 Juni 2024



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Walikota Pekanbaru
 Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan