

**DAKWAH TENTANG ISU-ISU KONTROVERSIAL: STUDI
PERBANDINGAN GAYA KOMUNIKASI HABIB JA'FAR DAN GUS
MIFTAH DI YOUTUBE**



Oleh:

SINTIA HARIANI WIRIANTI

NIM: 21202012011

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
Diajukan Kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh

Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2023



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1619/Un.02/DD/PP.00.9/10/2023

Tugas Akhir dengan judul : Dakwah Tentang Isu-Isu Kontroversial: Studi Perbandingan Gaya Komunikasi Habib Jalfar dan Gus Miftah di Youtube

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SINTIA HARIANI WIRIANTI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 21202012011
Telah diujikan pada : Jumat, 22 September 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

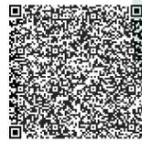
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BSW., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 651e2aec2f3b6



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 650d87778bebe



Penguji III

Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 651e2e8e6fcf4



Yogyakarta, 22 September 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 652387068ea98

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sintia Hariani Wirianti
NIM : 21202012011
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Menyatakan bahwa naskah ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 13 September 2023

Saya yang menyatakan,



Sintia Hariani Wirianti

NIM: 21202012011

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Dakwah Tentang Is-isu Kontroversial: Studi Perbandingan
Gaya Komunikasi Husein Ja'far dan Gus Miftah di YouTube

Oleh:

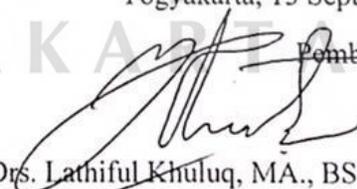
Nama : Sintia Hariani Wirianti.
NIM : 21202012011
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada proram studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu 'alaikum,wr.wb.

Yogyakarta, 13 September 2023

Pembimbing


Drs. Lathiful Khuluq, MA., BSW., Ph.D.

ABSTRAK

Sintia Hariani Wirianti NIM.21202012011 Judul Dakwah Tentang Isu-isu Kontroversial: Studi Perbandingan Gaya Komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah di YouTube. Tesis ini diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

YouTube menjadi wadah baru bagi para da'i untuk menyampaikan materi dakwah karena kemudahan akses berupa durasi dan penyebaran video tanpa batas dan dapat menjangkau khalayak luas. Namun perkembangan arus informasi menjadikan tantangan dakwah di YouTube lebih berat, karena belum adanya pengelolaan terhadap konten negatif, dengan ditemukan banyak sebaran konten-konten negatif yang dapat melanggar Suku, Agama, Ras dan Antar Golongan (SARA). Sehingga memicu berbagai komentar negatif yang berujung fitnah, ujaran kebencian dan berita bohong (hoax) terkhusus pada isu-isu agama yang kemudian menjadi kontroversi di masyarakat. Sehingga, da'i harus mempunyai cara khusus untuk membimbing mad'u agar tidak terbawa arus negatif isu-isu kontroversial, salah satunya dengan memperhatikan gaya komunikasi yang digunakan. Penelitian ini bertujuan menganalisa gaya komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial di YouTube, kemudian membandingkan gaya komunikasi yang dipakai oleh keduanya. Penelitian berjenis kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan dan dianalisis melalui gaya komunikasi gagasan Kreither & Kinicki yang mengklasifikasikan gaya komunikasi menjadi Agresif, Pasif dan Asertif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Habib Ja'far dan Gus Miftah menggunakan gaya komunikasi Agresif, Pasif, dan Asertif dalam menyampaikan dakwahnya di YouTube. Habib Ja'far berdakwah dengan metode Mujadalah sehingga cenderung memakai gaya komunikasi Pasif dan Asertif yang ditandai dengan penyampaian gagasan secara tegas, jujur, terbuka, bahasa tubuh yang tenang serta kendali diri yang baik, dan tidak melanggar hak-hak orang lain. Namun terkadang memiliki keraguan dalam berbicara yang ditandai dengan nada suara lemah, tidak melakukan kontak mata dengan lawan bicara, dan menganggap orang lain lebih penting dari diri sendiri. Sementara Gus Miftah berdakwah dengan metode Ceramah sehingga cenderung memakai gaya komunikasi Agresif dan Asertif yang ditandai dengan suara yang jelas, tegas, lantang dan tinggi, teguh pendirian, jujur, terbuka dan diselingi humor. Namun dalam beberapa gagasan cenderung melanggar hak-hak orang lain dengan memojokkan pihak tertentu serta menunjukkan sisi superior, kekuatan dan dominasi sebagai seorang da'i.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, YouTube, Isu Kontroversial

ABSTRACT

Sintia Hariani Wirianti NIM.21202012011 Title Da'wah on Controversial Issues: A Comparative Study of Habib Ja'far and Gus Miftah's Communication Styles on YouTube. This thesis was submitted to the Master of Islamic Broadcasting Communication Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University, Yogyakarta.

YouTube is a new place for preachers to deliver da'wah material because of the ease of access in the form of unlimited video duration and dissemination and can reach a wide audience. However, the development of information flows makes the challenge of da'wah on YouTube more severe, because there is no management of negative content, with many negative content distributions found that can violate Ethnicity, Religion, Race and Inter-Group (SARA). Thus triggering various negative comments that lead to slander, hate speech and fake news (hoaxes) especially on religious issues which then become controversies in society. Thus, the da'i must have a special way to guide the mad'you so as not to be carried away by the negative currents of controversial issues, one of which is by paying attention to the communication style used. This study aims to analyze the communication style of Habib Ja'far and Gus Miftah in preaching on controversial issues on YouTube, then compare the communication styles used by both. Qualitative type research with a literature study approach and analyzed through the communication style of Kreither & Kinicki's ideas which classify communication styles into Aggressive, Passive, and Assertive.

The results showed that Habib Ja'far and Gus Miftah used Aggressive, Passive, and Assertive communication styles in delivering their da'wah on YouTube. Habib Ja'far preached with the Mujakan method so that he tended to use a passive and assertive communication style characterized by conveying ideas firmly, honestly, openly, calm body language and good self-control, and did not violate the rights of others. But sometimes have doubts in speaking which are characterized by a weak tone of voice, not making eye contact with the interlocutor, and considering others more important than yourself. While Gus Miftah preaches with the lecture method so that he tends to use an aggressive and assertive communication style characterized by a clear, firm, loud and high voice, firm stance, honest, open and interspersed with humor. But in some ideas it tends to violate the rights of others by cornering certain parties and showing superiority, power and dominance as a da'i.

Keywords: Communication Style, YouTube, Controversial Issues

MOTTO

Jika tidak bisa jadi orang pintar, jadilah orang berguna.

Jika tidak bisa jadi orang bijak, lebih baik diam.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Karya ini didedikasikan untuk mahakarya tuhan paling sempurna,
ibunda tercinta, Wirdayenti.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum. Wr.Wb.

Alhamdulillah, Puji syukur kepada Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya, karya ilmiah ini bisa penulis selesaikan. Shalawat beserta salam penulis kirim kepada Baginda Nabi Muhammad Saw.

Karya ilmiah ini melalui proses panjang, dengan banyak rintangan dan tantangan. Namun atas izin Allah Swt, dukungan serta motivasi dari berbagai pihak, akhirnya segala rintangan dan tantangan itu bisa terlewati. Penulis dengan penuh rasa hormat yang tinggi dan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya, kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Dr.Phil. Al Makin, S.Ag., M.A
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Hj. Marhumah, M. Pd
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga, Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A sekaligus dosen Pembimbing Akademik yang sangat gigih memberikan motivasi selama proses perkuliahan.
4. Dosen Pembimbing Tesis, bapak Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BSW., Ph.D, yang dengan sabar memberi bimbingan dan arahan dalam pertemuan demi pertemuan untuk merakit ide-ide tesis ini menjadi karya ilmiah yang layak. Ada kalanya proses penyelesaian tesis ini dilanda kepanikan dan buntu ide. Namun, beliau selalu menenangkan dengan kalimat "*Calm down, take it easy!*"
5. Dosen Penguji Tesis, Ibu Dra. Siti Syamsiyatun, M.A., Ph.D. yang banyak memberikan arahan agar tesis ini menjadi karya yang lebih baik dan enak dibaca.
6. Ibunda tercinta, Wirdayenti. Penyemangatku, pelipur lara, penampung segala duka. Terima kasih, bu. Menjadi perempuan berpendidikan adalah sebuah kebanggaan, namun aku lebih bangga mengatakan bahwa engkau adalah ibuku. Panjang umur dan sehat terus bu, aku butuh ibu di setiap petualangan dalam hidup.
7. Abangku, Hariyono Wiriyanto. Kakak iparku, Umi Rahmawati. Keponakanku yang cantik dan lucu, Kamiya Miho Wiriyanto. Terima kasih untuk dukungan dan semangat selama kuliah di Yogyakarta.
8. Adikku tercinta, Sri Mulya Hilda Ningsih. Kau tumbuh dengan baik, sayang. Menjadi gadis remaja nan cantik meski sedikit berjerawat. Watakmu paling keras,

namun mudah rapuh dan diam-diam menangis di sudut kamar. Terima kasih kerjasamanya. *Kau harus kuliah dengan uangku!*

9. Rekan-rekan seperjuangan dan teman sejawat, Muhammad Solihin; Exsan Adde; Arhanudri Davi Mawarni; Kharisma Mujahidin; Meutia Galuh Utami; Wahyunisa; Desi Hendri Yanti (*bunda di kelas KPI 2022, sering traktir dan ngasih dollar*); Rifan Fauzan; Nurul Abrori; Akhsan Hidayat; Unsiyatul Uyun; Ariny Izzata Dini; Nurazizah; Muh. Ruslan Zamroni; Mahsyah Nawaffani; Armadila; Yuli Andriani; Rafiku Rahman; Chaidirullah; Abdul Aziz. *Ayo kita camping lagi!*
10. Terakhir dan tidak kalah penting. Terima kasih, Jogja. Kota ini saksi bisu kehidupanku belajar mandiri; hidup terpisah dari keluarga nun jauh di Sumatra. Belajar berbahasa Jawa meski hanya paham kata “*nggih, mboten, sampun*”. Belajar menyukai makanan manis meski tak cocok di selera. Namun Mas Jawa yang kala dipanggil selalu menjawab “*dalem, dek?*” adalah hal termanis dan menjadi candu. Sementara, sampai jumpa, Jogja. Aku akan kembali, banyak *bucketlist*-ku yang belum dicentang.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak, begitu juga karya ini. Saran dan dukungan yang konstruktif sangat penulis harapkan. Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Yogyakarta, 22 September 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Sintia Hariani Wirianti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah ..	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	24
BAB II: GAMBARAN UMUM PENELITIAN	32
A. Habib Ja'far.....	32
1. Profil Habib Ja'far.....	32
2. Aktivitas Dakwah Habib Ja'far	35
B. Gus Miftah	38
1. Profil Gus Miftah	38

2. Aktivitas Dakwah Gus Miftah	40
C. YouTube Sebagai Media Dakwah	44
1. Sejarah Singkat YouTube	44
2. Karakteristik YouTube.....	46
3. Kelebihan dan Kekurangan YouTube.....	48
D. Isu-isu Kontroversial di Indonesia	50
1. Agama dan Pluralisme	50
2. Hak Asasi Manusia	52
3. Korupsi dan Politik	54
4. Lingkungan dan Sumber Daya Alam.....	56
5. Sosial, Budaya dan Agama	58
BAB III: HASIL PENELITIAN	62
A. Gaya komunikasi Asertif, Agresif dan Pasif yang digunakan Habib Ja'far dan Gus Miftah.....	62
1. Gaya Komunikasi Asertif Agresif dan Pasif yang digunakan Habib Ja'far.....	63
2. Gaya Komunikasi Asertif Agresif dan Pasif yang digunakan Gus Miftah	97
B. Perbandingan Gaya Komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah.....	134
1. Gaya Komunikasi Habib Ja'far.....	134
2. Gaya Komunikasi Gus Miftah	137
BAB IV: PENUTUP	140
A. Kesimpulan	140
B. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	143
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	148

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Isu-isu Kontroversial Selama Tahun 2022-2023, 27
Tabel 1.2	Isu Kontroversial yang dibahas Habib Ja'far dan Gus Miftah, 28
Tabel 3.1	Gaya Komunikasi Habib Ja'far Membahas Sesajen, 71
Tabel 3.2	Gaya Komunikasi Habib Ja'far Membahas Penutupan Gereja, 76
Tabel 3.3	Gaya Komunikasi Habib Ja'far Membahas Penistaan Al-Qur'an, 87
Tabel 3.4	Gaya Komunikasi Habib Ja'far Membahas Perbedaan Penentuan Lebaran, 92
Tabel 3.5	Gaya Komunikasi Habib Ja'far Membahas Hukum Memakan Babi dalam Islam, 97
Tabel 3.6	Gaya Komunikasi Gus Miftah Membahas Sesajen, 108
Tabel 3.7	Gaya Komunikasi Gus Miftah Membahas Pembubaran Jemaat Gereja, 118
Tabel 3.8	Gaya Komunikasi Gus Miftah Membahas Penistaan Al-Qur'an, 121
Tabel 3.9	Gaya Komunikasi Gus Miftah Membahas Perbedaan Penentuan Lebaran, 126
Tabel 3.10	Gaya Komunikasi Gus Miftah Membahas Lina Mukherjee Menistakan Agama, 133

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 3.1 Habib Ja'far Membahas Sesajen, 63
- Gambar 3.2 Habib Ja'far Membahas Larangan Pembangunan Gereja, 72
- Gambar 3.3 Habib Ja'far Membahas Adab Saat Dibacakan Al-Qur'an, 77
- Gambar 3.4 Habib Ja'far Membahas Perbedaan Penentuan Lebaran, 88
- Gambar 3.5 Habib Ja'far Membahas Hukum Memakan Babi dalam Islam, 93
- Gambar 3.6 Gus Miftah Membahas Sesajen, 97
- Gambar 3.7 Gus Miftah Membahas Pembubaran Jemaat Gereja, 109
- Gambar 3.8 Gus Miftah Membahas Penghapusan Ayat Al-Qur'an, 119
- Gambar 3.9 Gus Miftah Membahas Perbedaan Penentuan Lebaran, 122
- Gambar 3.10 Gus Miftah Membahas Kasus Lina Mukherjee Makan Babi, 127



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

YouTube menjadi salah satu media sosial populer, dengan situs web berbagi video yang digunakan masyarakat dari berbagai kalangan. YouTube memungkinkan pengguna dapat menonton dan membagikan video dengan bantuan layanan Internet. Beragam konten dapat ditemui di YouTube seperti konten musik, pendidikan, ekonomi, tutorial video, kegiatan pribadi hingga konten dakwah. Sehingga YouTube dapat menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menyampaikan berbagai informasi kepada semua orang dengan berbagai kemasan materi menurut kepentingan masing-masing pengguna¹.

Pemanfaatan YouTube sebagai media komunikasi dan informasi juga menjadi wadah baru bagi para da'i untuk menyampaikan materi agama dan menjadi media dakwah baru yang lebih kekinian. Beberapa nama seperti Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Felix Xiau, Gus Baha, Gus Miftah, Habib Ja'far, dan ustadz lainnya, mempunyai akun YouTube sendiri untuk menyebarkan konten-konten dakwah agar dapat

¹ A. R. Sulaeman, A. Fazri, and F. Fairus, "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh," *Communication* 11, no. 1 (2020): 82, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/1009/777>.

menjangkau mad'u yang lebih luas dan beragam. Kebebasan akses tanpa adanya batasan durasi dan wilayah dalam penyebaran video, menambah poin penting mengapa YouTube menjadi salah satu media yang cocok untuk penyebaran dakwah.

Namun dengan perkembangan arus informasi yang kian pesat, disamping kemudahan akses yang ditawarkan, dakwah di YouTube menghadapi tantangan yang lebih berat, salah satunya adalah kurangnya pengelolaan terhadap konten negatif. Sebagai media sosial yang masif dalam penyebaran konten, YouTube dapat menampung jutaan video dari karya-karya manusia, baik yang bermanfaat maupun tidak. Sehingga berpotensi menjadi salah satu media penyebaran konten-konten negatif yang dapat melanggar Suku Agama Ras dan Antar Golongan (SARA). Kebebasan akses pengguna dalam memberikan respon berupa komentar turut mendukung kemudahan penyebaran ujaran kebencian, fitnah, hingga berita bohong (hoax). Terutama dalam isu-isu yang berkaitan dengan agama, yang kemudian menjadi kontroversi dalam masyarakat.

Isu-isu kontroversial terus menjadi perdebatan yang sulit untuk mencapai kesepakatan dan solusi yang jelas. Terlebih masalah agama, seringkali menjadi isu yang sensitif jika tidak ditangani dengan hati-hati dalam penyampaian dan penerimaan informasi. Beberapa isu kontroversial yang sempat mencuat dan menjadi sorotan publik diantaranya kasus Holywings pada tahun 2022. Kebijakan perusahaan ini menjadi pro dan kontra karena keterlibatan karyawan dalam kasus penistaan agama saat melakukan promosi minuman keras (miras)

secara gratis. Promosi tersebut secara spesifik ditujukan kepada pengunjung dengan nama Maria dan Muhammad². Seperti yang diketahui bahwa Holywings adalah perusahaan di Indonesia yang membuka jaringan restoran kelab malam. Sedangkan Maria adalah Ibunda Yesus dalam agama kristiani, begitupun dengan Muhammad sebagai Nabi dan rasul dalam agama Islam. Sehingga promosi yang dibuat Holywings dianggap sebuah tindakan penistaan agama. Setelah beberapa waktu, berita ini menjadi viral di media sosial dan memicu kontroversi dari berbagai pihak.

Kemudian bekangan ini, muncul isu tentang penolakan PA 212 terhadap konser Coldplay di Jakarta yang dijadwalkan pada 16 November 2023 mendatang. PA 212, yang juga dikenal sebagai alumni 212, merupakan sebutan untuk orang-orang yang terlibat dalam aksi demonstrasi besar-besaran pada 2 Desember 2016 lalu yang kemudian dikenal sebagai aksi 212 atau Aksi Bela Islam. Alasan PA 212 menolak kedatangan Coldplay ke Jakarta adalah karena dianggap para personelnya mendukung kampanye Lesbian, Gay, Biseksual dan Transgender (LGBT). Penolakan yang keras ini tidak dianggap remeh oleh alumni 212. Mereka bahkan mengancam akan melakukan aksi pengepungan di bandara jika konser tetap dilaksanakan. Alasan lain penolakan tersebut karena dianggap bahwa personel Coldplay adalah penganut atheis, yang bertentangan

² Taufieq Renaldi Arfiansyah, "Kronologi Dan Motif Promosi Miras Holywings 'Muhammad-Maria,'" *Kompas.Com*, 2022, <https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/25/082740265/kronologi-dan-motif-promosi-miras-holywings-muhammad-maria>.

dengan ajaran agama dan ideologi Pancasila³. Sungguhpun demikian, banyak pula yang menginginkan konser Coldplay tetap diseleggarakan terlebih para kaum milenial.

Peran da'i menjadi sangat penting dalam memanggil dan membimbing orang-orang agar tidak mudah terbawa arus negatif isu-isu kontroversial. Dakwah di media sosial tentu tidak mudah, terlebih saat cara penyampaian dakwah, terkadang isi pesan dalam dakwah tidak mampu diserap secara baik oleh mad'u sehingga menjadi sebuah kendala dan hambatan dari proses perjalanan dakwah. Penerimaan pesan yang baik terjadi ketika cara penyampaian pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, dapat dipahami oleh mad'u sesuai dengan konteks dan latar belakangnya. Gaya komunikasi yang dipakai, menentukan keberhasilan penerimaan pesan.⁴ Cara da'i berkomunikasi dipengaruhi oleh gaya komunikasi yang mereka miliki.

Komunikasi efektif didukung oleh gaya komunikasi yang baik. Komunikasi efektif ditandai dengan ketulusan, kejelasan, keterbukaan, kejujuran, kesederhanaan, dan kesantunan dalam berbicara.⁵ Seorang da'i, harus menggunakan gaya komunikasi yang tepat untuk memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan diterima dengan baik dan mendapat respon positif, serta pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Pemilihan gaya komunikasi yang

³ Firda Dwi Muliawati, "Ada Ancaman Tolak Konser Coldplay, Menhub Tegas Bilang Begini," *CNBC Indonesia*, May 19, 2023, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230519142626-4-438783/ada-ancaman-tolak-konser-coldplay-menhub-tegas-bilang-begini>.

⁴ Hefni Harjani, *Komunikasi Islam* (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2015), 2.

⁵ Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 149.

tidak tepat berpotensi mendapat penolakan dan kegagalan penyampaian pesan. Terlebih dalam menyampaikan dakwah dengan tema-tema sensitif seperti isu-isu kontroversial yang memiliki tingkat kesulitan lebih banyak. Ini menjadi tantangan bagi da'i, sehingga gaya komunikasi yang dipakai sangat menentukan bagaimana ia merespon sebuah isu dan menjelaskan isu tersebut kepada mad'unya.

Di tengah banyaknya da'i yang berdakwah di YouTube, penulis menemukan dua da'i yang paling sering membahas isu kontroversial, yaitu Habib Ja'far dan Gus Miftah. Keduanya memanfaatkan platform YouTube sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah, baik dalam akun YouTube mereka sendiri, maupun dengan berkolaborasi melalui akun YouTube lain. Habib Ja'far sering berkolaborasi dengan beberapa artis ternama seperti Najwa Shihab, Onadio Leonardo, dan Deddy Corbuzier. Karakteristik dakwahnya cenderung santai namun menarik dan mendalam. Ia salah satu da'i moderat yang banyak menggaungkan sikap toleransi dalam setiap penyampaian dakwahnya. Segmentasi dakwah Habib Ja'far adalah kaum milenial dengan segala permasalahan kontemporer yang sukar mendapat jawaban.

Sementara Gus Miftah, seorang pendakwah dan ulama muda dari Nahdlatul Ulama, memiliki fokus dalam membantu kaum marjinal. Ia dikenal karena keberaniannya dalam melakukan dakwah di tempat-tempat hiburan malam. Dengan pendekatan secara personal, ia mengajak para pengunjung klub malam untuk meninggalkan perilaku yang melanggar agama. Melalui strategi

komunikasi yang mumpuni, ia mulai membangkitkan kesadaran dan mempengaruhi target dakwahnya agar mereka kembali kepada jalan yang diridhai oleh Allah SWT. Sementara di YouTube, ia banyak membahas isu-isu kebangsaan yang banyak di unggah pada akun-akun media komunitas seperti BTV, Sandekar Lampung, juga melalui akun YouTubanya sendiri dengan segmentasi mad'u yang menjangkau semua kalangan umur, atau yang dewasa ini disebut dengan generasi X, generasi, Y (milenial) hingga generasi Z dengan rentang umur berkisar 25-75 tahun.⁶

Gaya komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah di YouTube menarik untuk dianalisis. Keduanya telah berhasil dikenal dalam berdakwah dengan gaya komunikasi mereka dalam penyampaian pesan dakwah hingga mempunyai penggemar tersendiri. Sehingga, penulis tertarik meneliti dan menganalisa secara mendalam mengenai gaya komunikasi yang digunakan Habib Ja'far dan Gus Miftah, khususnya dalam menyampaikan dakwah tentang isu-isu kontroversial. Penelitian akan difokuskan pada akun-akun YouTube yang memposting dakwah Habib Ja'far dan Gus Miftah yang membahas isu-isu kontroversial. Melalui penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan gambaran secara detail mengenai gaya komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah di YouTube. Oleh karenanya, penulis memilih judul “Dakwah Tentang Isu-isu Kontroversial: Analisis Gaya Komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah di YouTube”.

⁶ Akun YouTube Gus Miftah, diakses pada 12 Juni 2022

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya komunikasi Asertif, Agresif dan Pasif yang digunakan Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial di YouTube?
2. Bagaimana Perbandingan gaya komunikasi yang dipakai Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial di YouTube?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Menganalisa bentuk-bentuk gaya komunikasi Asertif, Agresif dan Pasif yang digunakan Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial di YouTube.
 - b. Menganalisa Perbandingan gaya komunikasi yang dipakai Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial di YouTube.
2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang penting dan relevan dalam konteks dunia penelitian dan pendidikan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi para peneliti, akademisi, dan praktisi dalam memahami dan mengembangkan ilmu dakwah, terutama

ketika membahas isu-isu kontroversial. Untuk kegunaan teoritis dan praktis dijabarkan di bawah ini:

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman tentang gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Habib Ja'far dan Gus Miftah. Dengan menganalisis dan mempelajari pendekatan komunikasi yang digunakan oleh keduanya, penelitian ini dapat mengungkap strategi dan teknik komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan dakwah terkait isu-isu kontemporer.

b. Kegunaan Praktis

Dengan memahami gaya komunikasi yang cenderung digunakan oleh Habib Ja'far dan Gus Miftah, praktisi dakwah dan pendidikannya dapat mengadopsi pendekatan yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan yang sensitif dan kontroversial kepada khalayak. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana berkomunikasi dengan efektif, menghadapi pro dan kontra, serta mempengaruhi audiens dalam konteks dakwah di era digital.

D. Kajian Pustaka

Guna melihat perbedaan dan pembaruan dari penelitian sebelumnya, maka penulis melakukan tinjauan pustaka terhadap beberapa penelitian terdahulu.

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap penelitian terkait, ditemukan beberapa penelitian yang mempunyai relevansi dengan penelitian penulis, diantaranya:

Sebelum YouTube berkembang pesat, Televisi lebih dulu hadir sebagai media yang mampu menjangkau mad'u dalam cakupan luas, juga menyebarkan pesan secara cepat. Hal ini karena karakteristik televisi sebagai media berbasis audio visual. Namun seiring berkembang zaman, teknologi semakin canggih dan Televisi harus bersaing dengan hadirnya media baru. Kemudian YouTube hadir menjadi wadah baru yang mampu memberikan layanan yang lebih luas dengan kebebasan akses konten yang dapat diputar ulang kapanpun dan dimanapun. Berbeda dengan televisi yang kontennya masih terbatas dan hanya dapat dinikmati dalam satu kali penayangan.⁷

YouTube saat ini menjadi sarana yang efektif dalam penyampaian ajaran dakwah, merujuk pada temuan penelitian Makna A'raaf K, dkk, mengungkap bahwa dakwah di YouTube lebih menguntungkan dibanding berdakwah secara konvensional karena kemajuan teknologi menggeser gaya hidup masyarakat yang cenderung lebih banyak berinteraksi di media sosial. Sehingga YouTube dijadikan pilihan untuk mengakses dan berbagi konten-konten video.⁸ Penelitian Kaka Hasan Abdul Kodir dan Anggit Rizkianto menemukan bahwa Gaya

⁷ Ahmad Zaini, "Dakwah Melalui Televisi," *At-Tabasyir* 3, no. 1 (2016): 13, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/at-tabasyir.v3i1.1642>.

⁸ Hisny Fajrussalam I Makna A'raaf K, Prihantoro N P, Sifa Larasati, M. Fais Noor M, "Penggunaan Aplikasi YouTube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 173–80, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia/article/view/2627>.

Komunikasi Husein Ja'far saat bercerah di YouTube cenderung menggunakan gaya komunikasi asertif. Penerapan gaya komunikasi ini kemudian dilakukan dengan dakwah *bil hikmah* dan *mauidzah hasanah* dengan metode *storytelling*.⁹

Proses dakwah adalah proses berkomunikasi, sehingga ada teknik-teknik yang harus diperhatikan oleh da'i agar dakwahnya lebih mudah diterima oleh mad'u. teknik yang digunakan ini, salah satunya dapat dilihat dari gaya komunikasi yang digunakan. Sehingga setiap da'i mempunyai gaya komunikasi yang berbeda. Gaya komunikasi yang dipakai harus disesuaikan dengan tipe pendengarnya, dengan menitikberatkan dakwah melalui cerita, kisah dan humor, simbol artefak dan bahasa sehari-hari untuk menarik perhatian pendengar.¹⁰ Kemampuan da'i dalam menggunakan gaya komunikasi akan dilihat dari respon yang diberikan mad'u. Jika da'i memakai gaya komunikasi yang tidak tepat dan menggunakan kata-kata yang bermakna negatif, maka da'i akan dianggap sebagai pendakwah yang tidak pandai berkomunikasi dengan baik dan memunculkan respon negatif dari khalayak.¹¹

Melihat beberapa penelitian di atas, maka penulis ingin melihat bagaimana bentuk-bentuk gaya komunikasi da'i saat berdakwah di YouTube yang belum

⁹ Kaka Hasan Abdul Kodir and Anggit Rizkianto, "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021): 52–53, <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4317>.

¹⁰ Yan Oriza, "Analisis Hermeneutika Gaya Komunikasi Dai Di Kota Medan," *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 8, no. 4 (2018): 495, <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7344>.

¹¹ Yera Yulista, "Gaya Komunikasi Mubaligh Dalam Sorotan Publik," *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 7, no. 1 (2016): 1–22, <https://doi.org/10.32923/maw.v7i1.93>.

terungkap dalam penelitian sebelumnya. Khususnya pada isu-isu kontroversial dengan tantangan yang lebih berat karena terbilang sebagai isu sensitif dan cenderung sangat mudah menjadi pro dan kontra di masyarakat.

E. Kerangka Teori

1. Konsep Dakwah

Dalam konteks etimologi, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab, yakni “*da'a-yad'u-da'watan*”, yang secara harfiah berarti mengajak, menyeru, atau memanggil.¹² Beberapa ahli memberikan definisi yang berbeda mengenai dakwah. Hamka mendefinisikan dakwah sebagai sebuah panggilan dalam konotasi positif untuk mendorong manusia melakukan perbuatan yang diperintahkan Allah SWT dengan cara meninggalkan larangan dan menjalankan perintah agama Islam. Selaras dengan Hamka, M. Natsir memberikan pandangan bahwa dakwah adalah proses menyampaikan ajaran Islam kepada manusia baik individu atau kelompok tentang hakikat dan makna hidup serta tujuan manusia di dunia dengan berbagai metode komunikasi yang relevan dengan zaman.¹³

Dengan demikian, dakwah dapat dipahami sebagai sebuah upaya untuk mengajak, memanggil, atau menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain, dengan tujuan mendorong praktik kebaikan dan

¹² Saputra Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, ed. 2 (Depok: Raja Grafindo Persada, 2012), 2.

¹³ Wahidin.

mencegah perbuatan yang tidak baik. Pendekatan komunikasi yang digunakan dalam dakwah dapat beragam dan harus disesuaikan dengan konteks dan audiens yang dituju.¹⁴

Dalam pandangan Quraish Shibab, dakwah didefinisikan sebagai seruan atau ajakan untuk mencapai kesadaran atau keinsafan, serta sebagai usaha untuk mengubah situasi menjadi lebih baik dan sempurna, baik pada tingkat individu maupun masyarakat secara keseluruhan.¹⁵

Dalam buku Toha Yahya Umar, gambaran dakwah dimaknai sebagai usaha menyeru manusia melalui cara-cara yang baik dan bijak, dengan berpedoman pada ajaran Islam yang diperintahkan Allah SWT yang bertujuan untuk memperoleh keselamatan di dunia dan di akhirat.¹⁶ Sedangkan definisi Hamzah Ya'kub mengarah pada pengertian dakwah yang berupa seruan dan peringatan kepada manusia secara baik dan bijaksana, untuk menjalankan perintah Allah dan rasulnya.¹⁷

Dengan demikian, dakwah dapat dipahami sebagai seruan atau ajakan yang dilakukan dengan kebijaksanaan, untuk mengubah situasi menjadi lebih baik, mengajak manusia menuju kesadaran, mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya, serta mencapai keselamatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

¹⁴ Abdul Munir Mulkhani, *Ideologi Gerakan Dakwah*, ed. 1 (Yogyakarta: Sipes, 1996), 52.

¹⁵ Quraish Shihab, *Membumikan Al-Qur'an* (Bandung: Mizan, 1992), 149.

¹⁶ Toha Yahya Umar, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Wijaya, 1985), 1.

¹⁷ Wahyu Illahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 16.

2. Bentuk-bentuk Dakwah

Dalam buku Samsul Munir, dakwah dikategorikan menjadi tiga bentuk, yaitu:

- a. Dakwah bil al-Hal, bentuk dakwah ini dilakukan melalui tindakan nyata dan tingkah laku. Dakwah ini dapat dirasakan secara kongkret oleh masyarakat sebagai objek dakwah. Contohnya melalui program dan aktivitas keagamaan yang dilakukan oleh organisasi Islam, lembaga pendidikan Islam, dan sejenisnya.¹⁸ Dakwah bi al-hal juga dapat dilakukan melalui karya nyata seperti membangun sekolah-sekolah Islam, perguruan tinggi Islam, rumah sakit dan memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁹
- b. Dakwah bi al-Qalam, adalah dakwah yang dilakukan melalui tulisan atau keahlian menulis. Bentuk dakwah ini dapat ditemukan dalam buku, surat kabar, majalah, atau blog di internet. Dakwah melalui tulisan ini tidak terikat oleh waktu dan dapat dinikmati kapanpun dan dimanapun. Tulisan dakwah memiliki jangkauan yang luas dan dapat berupa buku dengan pembahasan Islam, artikel, cerita pendek, dan lain sebagainya.²⁰
- c. Dakwah bi al-Lisan, adalah dakwah yang dilakukan secara lisan, seperti ceramah, diskusi, khutbah dan nasihat. Metode ini umum dilakukan oleh

11.

¹⁸ Asep Samsul dan M. Romli, *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis* (Bandung, 2013),

¹⁹ Samsul Munir Amin, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam* (Jakarta: Amzah, 2018), 12.

²⁰ Amin.

para da'i dalam pengajian, ceramah, majlis taklim, atau saat memberi khutbah di masjid. Dalam perkembangan lebih lanjut, dakwah bi al-Lisan dapat menggunakan teori komunikasi modern dan dikembangkan melalui publikasi dan penyiaran, misalnya melalui radio, televisi, dan media sosial seperti sekarang.²¹ Dakwah yang menjadi objek kajian penulis dalam penelitian ini adalah dakwah bi al-Lisan.

Dengan adanya kategori-kategori ini, dakwah dapat dilakukan melalui tindakan nyata, tulisan, maupun lisan. Setiap bentuk dakwah memiliki keunikan dan cakupan yang berbeda, tetapi tujuannya tetap sama, yakni menyampaikan pesan-pesan agama kepada masyarakat dengan cara yang sesuai dan efektif.

3. Unsur-unsur Dakwah

Apabila kita memperhatikan dengan seksama, terdapat unsur-unsur yang terlibat dalam proses dakwah, meliputi²²:

- a. Subjek Dakwah, yaitu merujuk kepada orang yang melakukan dakwah, juga dikenal sebagai da'i atau komunikator. Da'i dapat berperan sebagai individu, kelompok, organisasi, atau lembaga yang dipanggil untuk melaksanakan dakwah. Keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan profesionalisme da'i dalam mempengaruhi dan berkomunikasi dengan mad'u (penerima dakwah). Faktor-faktor seperti

²¹ Amin.

²² Suhandang Kustadi, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 27.

keteguhan mental, keilmuan yang memadai, penguasaan metode dan media, menjadi penentu keberhasilan dakwah.²³

- b. Media Dakwah, yaitu sebuah saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Pemilihan media dakwah yang tepat dapat meningkatkan efektivitas dakwah. Dalam perkembangan zaman, penggunaan media modern menjadi penting dalam meningkatkan kreativitas dakwah agar dapat diterima oleh publik secara luas. Contoh media dakwah meliputi media tradisional, media cetak, media penyiaran, film, audio-visual, internet, media sosial, dan media elektronik lainnya.²⁴
- c. Materi Dakwah, merujuk kepada isi pesan dalam dakwah Islam. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan dengan cara yang menarik dan tidak monoton, sehingga dapat merangsang mad'u untuk mempelajari lebih dalam mengenai tema-tema Islam. Dengan memperdalam pengetahuan keislaman, mad'u dapat meningkatkan kualitas pengalaman keagamaannya. Isu-isu kontroversial yang menjadi kajian dalam penelitian ini, merupakan bentuk materi dakwah yang menjadi pembahasan khusus yang akan dianalisis dalam penelitian. Isu-isu kontroversial menjadi materi dakwah yang menarik karena menimbulkan pro dan kontra di tengah khalayak. Sehingga khalayak

²³ Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 3.

²⁴ Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*.

akan mencari berbagai informasi seputar isu ini di YouTube, dan akan melihat bagaimana para da'i dalam menjelaskan isu-isu ini. Dengan begitu, khalayak bisa menentukan mana yang baik dan mana yang buruk dari efek beredarnya isu-isu tersebut.²⁵

- d. Objek Dakwah, adalah mad'u atau penerima dakwah. Mad'u dapat berupa individu maupun kelompok masyarakat dengan berbagai latar belakang dan strata sosial yang berbeda. Dalam kegiatan dakwah, da'i perlu memahami karakteristik dan sosok mad'u yang akan diajak bicara atau menerima pesan dakwah. Penyampaian pesan dakwah yang efektif bergantung pada pemahaman da'i terhadap klasifikasi dan karakteristik objek dakwah, mengingat masyarakat memiliki kelompok, lapisan dan lembaga yang beragam.²⁶
- e. Metode Dakwah, merujuk kepada berbagai cara atau teknik dalam menyampaikan dakwah kepada individu, kelompok, maupun masyarakat luas agar pesan dakwah dapat diterima dengan mudah. Pentingnya menggunakan metode yang tepat sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u di era sekarang tidak dapat diabaikan. Setidaknya, terdapat tiga metode dasar dalam dakwah yang bisa diterapkan, diantaranya:²⁷

²⁵ Illahi, *Komunikasi Dakwah*.

²⁶ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah* (Jakarta: Logo Wacana Ilmu, 1997),

²⁷ Illahi, *Komunikasi Dakwah*.

- 1) Dakwah bil Hikmah, yaitu berdakwah dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi mad'u serta menyesuaikan pesan dakwah dengan kemampuan mereka. Tujuannya adalah agar pelaksanaan ajaran Islam tidak lagi dirasa terpaksa atau memberatkan.
- 2) Dakwah bil Maudzah Hasanah, berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan penuh kasih sayang, sehingga pesan dakwah dapat menyentuh hati mad'u.
- 3) Dakwah Mujadalah, berdakwah dengan cara berdiskusi dan membantah dengan cara terbaik, tanpa memberikan tekanan yang berlebihan kepada komunitas yang menjadi sasaran dakwah.²⁸

Terdapat perbedaan²⁹ antara dakwah dan komunikasi dakwah yang dijelaskan oleh Bambang dalam bukunya. Perbedaan tersebut adalah:³⁰

- 1) Cakupan Materi, dakwah secara langsung membahas ayat-ayat Al-Quran tanpa menggunakan media komunikasi teknologi, sedangkan komunikasi dakwah melibatkan penggunaan media massa atau bauran komunikasi yang bersifat mengingatkan melalui simbol-simbol tertentu.

²⁸ Muhammad Munir dan Wahyu Illahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 34.

²⁹ Romli, *Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis*.

³⁰ Bambang Saiful Ma'arif, *Psikologi Komunikasi Dakwah* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), 34.

- 2) Pendekatan Instruksional, dakwah cenderung lebih menekankan pada penjelasan dan ajakan untuk praktik dan pengamalan agama, sedangkan komunikasi dakwah bersifat mengajak dengan menggunakan simbol-simbol melalui media massa³¹.

Dengan begitu, dakwah dapat dianggap sebagai bagian dari komunikasi dakwah yang memiliki cakupan materi yang lebih fokus pada ayat-ayat Al-Quran dan pendekatan instruksional yang lebih menekankan pada praktik dan pengamalan agama.

4. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan seperangkat perilaku interpersonal yang khusus digunakan dalam situasi tertentu. Setiap gaya komunikasi terdiri dari serangkaian perilaku komunikasi yang digunakan untuk mencapai respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang spesifik. Pemilihan gaya komunikasi yang tepat tergantung pada tujuan pengirim pesan dan harapan penerima pesan.³² Gaya komunikasi dapat berupa verbal, yang melibatkan penggunaan kata-kata, atau non-verbal, yang melibatkan penggunaan vokalik, bahasa tubuh, penggunaan waktu, dan pengaturan jarak dan ruang.³³

³¹ Ma'arif.

³² Marhaeni Fajar, *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 128.

³³ H.A.W. Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), 57.

Beberapa konsep yang menjelaskan pengertian gaya komunikasi untuk memberikan pemahaman yang lebih tepat tentang hal ini adalah sebagai berikut:³⁴

- a. Norton mendefinisikan gaya komunikasi sebagai proses kognitif yang menggabungkan bentuk dan konten pesan agar dapat dinilai secara keseluruhan. Setiap gaya komunikasi mencerminkan bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri saat berinteraksi dengan orang lain.
- b. Gudykunst & Ting-Toomey berpendapat bahwa gaya komunikasi juga dapat dilihat sebagai pesan-pesan meta yang memberikan konteks tentang bagaimana pesan verbal diakui dan diinterpretasikan. Definisi ini menjelaskan bahwa individu berkomunikasi untuk mencerminkan identitas pribadi mereka yang dapat mempengaruhi persepsi orang lain terhadap identitas tersebut.
- c. Rayner menyatakan bahwa gaya komunikasi dapat dipandang sebagai kombinasi unsur komunikasi lisan dan ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan dalam komunikasi diungkapkan melalui kata-kata tertentu yang mencerminkan gaya komunikasi tersebut. Ini mencakup intonasi, volume suara, dan semua aspek pesan yang diucapkan.

³⁴ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, cet.1 (Jakarta, 2011), 309.

Terdapat sepuluh jenis gaya komunikasi yang diajukan oleh Norton³⁵ yaitu:

- 1) Gaya Dominan, di mana seseorang cenderung mengendalikan situasi sosial dan mendominasi percakapan.
- 2) Gaya Dramatis, di mana seseorang selalu “hidup” dan penuh ekspresi saat berbicara.
- 3) Gaya Kontroversial, di mana seseorang cenderung berkomunikasi secara argumentatif dan cepat menantang orang lain.
- 4) Gaya Animasi, di mana seseorang berkomunikasi secara aktif dengan menggunakan bahasa nonverbal yang bersemangat.
- 5) Gaya Berkesan, merangsang orang lain dan mudah diingat, biasanya digunakan oleh individu dengan ciri khas yang mencolok.
- 6) Gaya Santai, seseorang berbicara dengan tenang, santai, dan penuh senyum serta tawa.
- 7) Gaya Atentif, di mana seseorang memberikan perhatian penuh kepada orang lain, bersikap simpati bahkan empati, dan mendengarkan dengan sungguh-sungguh.
- 8) Gaya Terbuka, seseorang berbicara secara terbuka, jujur, dan mungkin secara blak-blakan.

³⁵ Liliweri.

- 9) Gaya Bersahabat, ditampilkan dengan ramah dan memberikan kesan kedekatan, memberikan respons positif, dan mendukung. Gaya ini mampu menarik simpati lawan komunikasi.
- 10) Gaya yang Tepat, komunikator menekankan kejelasan dan keakuratan dalam berbicara, dan meminta pembicaraan dilakukan dengan isi konten yang tepat dalam komunikasi lisan.

Comstock dan Higgins mengklasifikasikan gaya komunikasi yang diajukan oleh Norton ke dalam empat kategori:³⁶

- 1) Gaya Kooperatif, gaya komunikasi yang menggabungkan orientasi sosial dan tugas. Gaya ini menunjukkan kemampuan untuk bekerja sama dengan orang lain dalam mencapai tujuan bersama.
- 2) Gaya Prihatin, gaya komunikasi yang relatif bersahabat, namun selalu menunjukkan perasaan cemas dan kepatuhan. Individu dengan gaya ini mungkin memiliki kekhawatiran atau kegelisahan dalam berkomunikasi dengan orang lain.
- 3) Gaya Sosial, gaya komunikasi yang mencakup gaya ekspresif, dominan (mencoba menguasai orang lain), gaya dramatis, dan gaya yang tepat. Gaya ini menyoroti berbagai aspek komunikasi yang melibatkan interaksi sosial.

³⁶ Liliweri.

- 4) Gaya Kompetitif, gaya komunikasi yang cenderung menggunakan gaya yang tepat atau standar, ekspresif, tidak terbuka terhadap isu-isu personal, dan lebih suka tampil dominan dan berargumentasi. Individu dengan gaya ini mungkin memiliki keinginan untuk menjadi yang terdepan dan berkompetisi dalam komunikasi.

Kreither & Kinicki, mengemukakan gaya komunikasi yang dikelompokkan menjadi tiga:³⁷

- 1) Gaya pasif (*passive style*), merupakan gaya komunikasi di mana seseorang cenderung tidak mengekspresikan perasaan, ide, gagasan, dan harapannya secara langsung. Orang dengan gaya pasif sering tersenyum dan lebih mengandalkan orang lain untuk menyampaikan kebutuhan. Mereka cenderung lebih banyak melakukan tindakan daripada mendengarkan.

Gaya pasif ini ditandai dengan penggunaan suara yang lemah, sering berhenti berbicara, dan kurang kontak mata. Mereka juga cenderung menilai orang lain selalu benar dan lebih penting dari diri mereka sendiri, cenderung selalu sepakat terhadap setiap keputusan, memiliki keragu-raguan dalam berbicara, tidak langsung menyampaikan gagasan, dan tidak berani berbicara lebih dulu.

³⁷ Mulyana, *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya*.

2) Gaya Tegas (*assertive style*), merupakan gaya komunikasi di mana seseorang dapat mengungkapkan pernyataan secara langsung dengan mempertimbangkan perasaan, ide dan harapan. Mereka dapat dengan jelas dan terhormat menyatakan pikiran dan perasaan mereka tanpa melanggar orang lain. Orang dengan gaya tegas mampu mendengarkan dengan baik dan memberikan kesan bahwa mereka mendengarkan. Gaya komunikasi ini terbuka untuk negosiasi, kompromi, keluhan, dan memberikan instruksi langsung.

Orang dengan gaya tegas umumnya menunjukkan bahasa tubuh yang tenang dan memiliki kendali diri yang baik. Mereka aktif mendengarkan, teguh pada pendiriannya, jujur, terbuka, dan menyukai humor, suka dan aktif mendengarkan, memberi lebih sedikit pernyataan, selalu mempunyai pengharapan, suka menyatakan hasil pengamatan, tidak suka memberi label atau penilaian terhadap sesuatu, mengekspresikan diri secara langsung, bersikap jujur dan segera saat memberikan contoh beserta landasan (dalil) yang kuat, memiliki humor dalam berbicara.

3) Gaya Agresif (*aggressive style*), merupakan gaya komunikasi di mana seseorang selalu membela hak-hak nya sendiri. Merasa lebih superior, suka melanggar hak orang lain, dan tidak

memperhatikan perasaan orang lain. Orang dengan gaya agresif cenderung menyatakan perasaan mereka dengan mudah mengenai apa yang mereka inginkan atau pikirkan, tetapi mengabaikan hak dan perasaan orang lain. Mereka sering menyakiti orang lain dengan kata-kata atau lelucon yang berlebihan.

Gaya ini juga sering menunjukkan kekuatan dan dominasi, terkadang dengan menggunakan bahasa tubuh seperti menunjuk, menggebrak meja, dan bahasa tubuh lainnya untuk memperkuat maksud ucapannya, cenderung lebih tertutup, lebih suka berbicara dan sedikit mendengarkan, sering melakukan interupsi dalam berbicara, cenderung memonopoli sebuah pembicaraan. Dalam konteks tersebut, penulis menggunakan pendekatan Kreither & Kinicki yang mengklasifikasikan gaya komunikasi menjadi agresif, pasif dan tegas.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan metode studi kepustakaan atau *library research*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan gaya komunikasi yang digunakan oleh

Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah mengenai isu-isu kontroversial di YouTube. Penelitian studi pustaka mengandalkan data dari buku-buku, literatur terkait, dokumen, catatan dan laporan yang berkaitan dengan dengan masalah penelitian yang akan diteliti. Tahapan dalam penelitian kepustakaan setidaknya harus menempuh empat cara³⁸, diantaranya mengumpulkan bahan penelitian, membaca bahan penelitian, membuat catatan penelitian dan mengolah catatan penelitian untuk mendapatkan data dan hasil berupa kesimpulan yang disusun dalam laporan penelitian yang dalam hal ini berbentuk tesis.

2. Unit yang diteliti

Unit yang menjadi fokus penelitian merupakan salah satu elemen dalam penelitian kualitatif yang berkaitan dengan pemilihan kasus yang akan diteliti. Bagian ini mencakup subjek dan objek penelitian serta fokus penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah video dakwah Habib Ja'far dan Gus Miftah yang membahas isu-isu kontroversial. Sedangkan objek penelitian adalah gaya komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah saat berdakwah di YouTube. Fokus penelitian adalah pada akun-akun YouTube yang menayangkan proses berdakwah Habib Ja'far dan Gus Miftah khususnya pada pembahasan isu-isu kontroversial.

Sebelumnya, penulis memfokuskan penelitian pada dakwah moderat Habib ja'far dan Gus Miftah di Instagram, namun setelah

³⁸ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), 3.

dilakukan penelusuran terkait, penulis menemukan banyak penelitian serupa dengan beragam metode dan jenis penelitian yang digunakan. Melihat pentingnya menyusun strategi dalam berdakwah di media sosial, penulis kembali menyusun kerangka penelitian tentang strategi komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial, namun penulis terkendala dalam mengumpulkan data penelitian mengingat penelitian untuk mengetahui strategi harus melakukan wawancara langsung dengan pihak terkait yang saat itu sulit dihubungi. Hingga kemudian fokus penelitian dilakukan untuk menganalisa gaya komunikasi Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial di YouTube.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer atau utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian.³⁹ Fungsinya untuk menjelaskan data sekunder yang diperoleh, terutama dalam hal interpretasi⁴⁰. Pada penelitian ini, sumber data primer mencakup semua data yang menjadi fokus penelitian tentang Habib Ja'far dan Gus Miftah yang berasal dari beberapa saluran YouTube yang mengunggah dakwah-dakwah dari Habib Ja'far dan Gus Miftah yang membahas isu-isu kontroversial.

³⁹ Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 91.

⁴⁰ Nur Syam, *Metodologi Penelitian Dakwah* (Solo: CV Ramadhani, 1991), 67.

Pemilihan saluran YouTube ini didasarkan pada kriteria konten yang relevan dengan analisis yang dilakukan oleh penulis. Data tersebut berupa video dokumentasi. Namun, perlu diketahui bahwa penelitian ini terbatas pada konten-konten YouTube yang sudah melalui tahap sunting dan editing sebelum dipublikasikan. Sehingga, kata, istilah atau kalimat yang melanggar pedoman publikasi tentu sudah dihilangkan. Hasil penelitian akan berbeda jika dibandingkan dengan menganalisis secara langsung (tanpa melalui media). Kendati demikian, penulis berusaha menganalisa berdasarkan aspek-aspek yang sebelumnya sudah dijabarkan pada landasan teori, agar menemukan hasil penelitian yang valid.

Sebagai penunjang data, penulis akan menyajikan beberapa isu (konten) kontroversial dalam rentang tahun 2022-2023, yang tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 1.1 Isu-isu kontroversial selama tahun 2022-2023

No	Isu Kontroversial	Tahun
1.	Maraknya LGBT	2022
2.	Penendangan sesajen di Gunung Semeru	2022
3.	Pendeta Saifuddin Ibrahim menistakan Al-Qur'an	2022
4.	Oknum guru pesantren di Bandung cabuli santri	2022
5.	Ceramah Ustadz Hanan Attaki ditolak di Jember	2022
6.	Perbedaan penentuan lebaran 2023	2023

7.	Banyak gereja ditutup	2023
8.	Pernyataan peneliti BRIN, Andi Pangerang Hasanuddin yang berisi ancaman pembunuhan terhadap warga Muhammadiyah	2023
9.	Dugaan praktik agama menyimpang di Pondok Pesantren Al-Zaytun	2023
10.	Penembakan kantor MUI pusat	2023
11.	Penembakan Habib Bahar bin Smith di Bogor	2023
12.	Penolakan Israel di Piala Dunia U-20	2023
13.	Lina Mukherjee diduga menistakan agama, makan babi sambil baca Bismillah	2023
14.	Penolakan konser Coldplay di Jakarta karena diduga para personilnya mendukung kampanye LGBT	2023
15.	Patung Bunda Maria ditutup terpal di Kulon Progo	2023

Setelah dianalisa masing-masing isu, dari 15 isu kontroversial tersebut, terdapat 5 isu kontroversial yang dibahas oleh Husein Ja'far dan Gus Miftah melalui saluran YouTube yang berbeda, diantaranya:

Tabel 1.2 Isu kontroversial yang dibahas Habib Ja'far dan Gus Miftah:

No	Isu Kontroversial	Akun YouTube yang mengunggah	
		Habib Ja'far	Gus Miftah
1.	Penendangan sesajen di Gunung Semeru	Kak Rima	Situs Dakwah
2.	Penutupan Gereja di Beberapa Tempat	Habib Ja'far Shorts	Sandekar Lampung
3.	Pendeta Saifuddin	Jeda Nulis	Hodari

	Ibrahim menistakan Al-Qur'an		Podcast Rakyat
4.	Perbedaan Penentuan Lebaran 2023	Tonight Show	Sndekar ST
5.	Lina Mukherjee Makan Babi Membaca Bismillah	Deddy Corbuzier	BTV

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah data pendukung yang diperoleh dari pihak lain, bukan langsung dari subjek penelitian. Data ini digunakan sebagai penguat untuk data utama penelitian. Data sekunder dapat berupa dokumen, buku, jurnal, hasil riset, berita, majalah, dan berbagai referensi karya ilmiah lainnya. Data ini dapat terkait langsung maupun tidak langsung dengan fokus penelitian yang sedang dilakukan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Digunakan sebagai strategi untuk mendapatkan data penelitian yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui proses dokumentasi. Teknik dokumentasi digunakan untuk menemukan data variabel yang relevan dalam penelitian. Penulis mengumpulkan artikel jurnal, buku, penelitian terdahulu, dan video

yang berkaitan langsung dengan topik penelitian. Dokumentasi ini bertujuan untuk mendukung analisis dan pembahasan penelitian.⁴¹

5. Teknik Analisis Data

Tahap analisis data merupakan proses sistematis dalam mengumpulkan data yang membantu peneliti dalam menarik kesimpulan. Miles & Huberman mengemukakan bahwa analisis data melibatkan tiga alur aktivitas yang dilakukan secara bersamaan,⁴² yaitu:

a. Reduksi Data

Pada tahapan ini, penulis melakukan analisis untuk memperkuat, mengklasifikasikan, mengarahkan, dan mengorganisir data dengan cara relevan, sehingga data dapat disimpulkan dan diverifikasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh dari sumber atau dokumentasi memenuhi tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

b. Penyajian Data

Langkah ini adalah proses penulis mengatur serangkaian informasi yang terstruktur dengan cara yang memungkinkan untuk menyimpulkan dan mengambil tindakan yang diperlukan. Data-data tersebut disusun sedemikian rupa agar menjadi informasi yang terorganisir, koheren, dan mudah diakses.

⁴¹ Nazir Moh, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 179.

⁴² Milles and Huberman, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

c. Penarikan Kesimpulan

Merupakan bagian dari proses konfigurasi yang lengkap. Penulis membuat kesimpulan hasil penelitian yang telah diverifikasi selama proses penelitian. Kemudian memvalidasi hasil penelitian untuk memperoleh kesimpulan yang tepat.

d. Keabsahan Data

Keabsahan data dapat divalidasi dengan melakukan triangulasi data. Terdapat tiga jenis triangulasi data, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknis dan triangulasi teori. Dalam penelitian ini, penulis memakai Triangulasi sumber. Penulis mengidentifikasi buku, jurnal, tesis, dan sumber elektronik yang relevan tentang gaya-gaya komunikasi da'i. Setelah data didapat, kemudian mengidentitifikasi pola dan trend dalam gaya komunikasi. Setelahnya, penulis mencari kesesuaian atau konvergensi temuan tentang gaya komunikasi antara berbagai sumber data yang ada, hingga menghasilkan temuan yang serupa dan mendukung satu sama lain. Ini juga dengan memperhatikan perspektif dari penulis lain yang meneliti gaya komunikasi, dan mempertimbangkan interpretasi yang berbeda tentang gaya komunikasi yang diteliti.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap gaya komunikasi yang digunakan Habib Ja'far dan Gus Miftah dalam berdakwah tentang isu-isu kontroversial, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Gaya Komunikasi dakwah Habib Ja'far cenderung memakai prinsip-prinsip asertif dan pasif, dengan indikator penyampaian gagasan secara tegas, langsung, jujur dan terbuka untuk negosiasi dan kompromi. Aktivitas dakwahnya di YouTube menggunakan metode Mujadalah atau diskusi dengan tokoh agama dan tokoh publik. Gagasan disampaikan dengan bahasa tubuh yang tenang dan kendali diri yang baik agar tidak melanggar hak-hak orang lain dan menyakiti perasaan lawan bicara. Habib Ja'far aktif mendengarkan setiap sanggahan dan pertanyaan lawan bicaranya. Namun terkadang memiliki keraguan dalam berbicara yang ditandai dengan nada suara lemah dan tidak melakukan kontak mata dengan lawan bicara, ia juga sering menganggap orang lain lebih penting dari dirinya sendiri.
2. Gaya komunikasi dakwah Gus Miftah cenderung memakai prinsip-prinsip asertif dan agresif, dengan indikator penyampaian dakwah secara tegas dan jelas, dengan suara yang lantang dan tinggi, teguh pada pendirian, jujur,

terbuka, menyatakan hasil pengamatan dan menyukai humor dalam berbicara. Aktivitas dakwah Gus Miftah di YouTube menggunakan metode ceramah yang dilakukan di lapangan terbuka. Dalam beberapa gagasan, pernyataan tegas yang digunakan cenderung melanggar hak-hak orang lain dengan mengungkapkan gagasan yang secara langsung memojokkan pihak yang bersangkutan, serta menunjukkan sisi superior, kekuatan dan dominasinya sebagai seorang da'i. Namun ini adalah cara Gus Miftah menunjukkan identitasnya sebagai da'i yang menyampaikan ceramah dengan tegas apabila ada oknum-oknum yang menistakan agama dan budaya.

3. Berdakwah dengan tema-tema kontroversial di YouTube mempunyai tingkat kesulitan yang lebih tinggi, mengingat isu sensitif yang berpotensi menimbulkan perpecahan, karena tidak ada batasan bagi setiap pengguna YouTube untuk memberikan komentar positif maupun negatif. Sehingga diperlukan gaya komunikasi yang sesuai dengan segmentasi mad'u, juga pengelolaan konten-konten dakwah yang lebih profesional agar dakwah mudah diterima. Gaya Komunikasi Agresif dapat digunakan untuk berdakwah tentang isu-isu kontroversial karena memuat unsur-unsur ketegasan, serta mampu menyampaikan pendapat tanpa melukai orang lain, sedangkan gaya komunikasi Pasif dan Agresif kurang cocok digunakan karena indikator gaya Pasif cenderung memunculkan perasaan tidak percaya diri, sebaliknya gaya Agresif cenderung lebih mengintimidasi dan

membenarkan diri sendiri. Konten dakwah Habib Ja'far dan Gus Miftah harus lebih banyak memuat gaya Komunikasi Asertif agar dakwahnya mudah diterima oleh seluruh kalangan.

B. Saran

Temuan dalam penelitian ini belum sepenuhnya mengulik tentang gaya komunikasi yang digunakan para da'i dalam berdakwah karena fokus kajian terbatas pada gaya komunikasi Asertif, Agresif dan Pasif. Studi perbandingan dalam penelitian ini hanya untuk melihat perbedaan kecenderungan gaya komunikasi yang dipakai oleh dua orang da'i. Melihat bahwa penelitian gaya komunikasi adalah kajian baru, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan temuan penelitian ini dengan teori-teori dan metode baru tentang gaya komunikasi yang lebih kontemporer, serta memakai analisis yang lebih tajam untuk melihat perbandingan gaya komunikasi yang dipakai da'i dalam berdakwah, tentu tidak hanya di YouTube, namun juga media sosial lainnya seperti TikTok dan Instagram, agar menghasilkan penelitian yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamied Razak. "Gus Miftah Konsisten Dengan Dakwah Ala Milenial." *Harianjogja.Com*. April 26, 2021. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/04/26/512/1070053/gus-miftah-konsisten-dengan-dakwah-ala-milenial>.
- Amin, Samsul Munir. "Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam," 12. Jakarta: Amzah, 2018.
- Apriyadi Tamburaka. "Literasi Media," 3rd ed., 83. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Arfiansyah, Taufieq Renaldi. "Kronologi Dan Motif Promosi Miras Holywings 'Muhammad-Maria.'" *Kompas.Com*. 2022. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/25/082740265/kronologi-dan-motif-promosi-miras-holywings-muhammad-maria>.
- Aripudin, Acep. "Pengembangan Metode Dakwah," 3. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Assalimi, Faiz arwi. "Mengenal Jejak Dakwah Digital Habib Ja'far Al-Hadar." *Ibtimes.Id*, 2020. <https://ibtimes.id/mengenal-jejak-dakwah-digital-habib-jafar/>.
- Azwar, Saifuddin. "Metodologi Penelitian," 91. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Bachtiar, Wardi. "Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah," 35. Jakarta: Logo Wacana Ilmu, 1997.
- Brueckner, Jan. "Fiskal Decentralization in LDCs: The Effects of Local Corruption and Tax Evasion," "Department of Economics," Urbana: University of Illionis, 1999.
- Digdoyo, Eko. "Kajian Isu Toleransi Beragama, Budaya, Dan Tanggung Jawab Sosial Media." *Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan* 3, no. 1 (2018): 47–48. <https://doi.org/10.24269/jpk.v3.n1.2018.pp42-59>.
- Djunaedi, Eddy. "Demo Tolak Tambang Parigi Moutong Telan Korban Jiwa, Aktivis Sebut Itu 'Bom Waktu' Konflik Agraria." *Bbc.Com*, 2022. <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-60378658>.

- Faiqah, Fatty, Muh. Nadjib, and Andi Subhan Amir. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2 (2016): 24. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>.
- Fajar, Marhaeni. "Ilmu Komunikasi: Teori & Praktik," 128. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- H. Munzier Suparta. "Metode Dakwah," 18. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2003.
- Harjani, Hefni. "Komunikasi Islam," 2. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2015.
- Hartono. "Profil Dan Perjalanan Hidup Habib Husein Jafar Al-Hadar, Habib Nyentrik Yang Kini Populer Dakwah Lewat YouTube." *Balikipapancity.Com*, 2022. <https://balikpapan.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-2425216507/profil-danperjalanan-hidup-habib-husein-jafar-al-hadar-habib-nyentrik-yang-kini-populer-dakwah-lewat-youtube?page=4>.
- Hidayah, Luthfi. "Dakwah Islam Di Era Generasi Milenial (Analisis Metode Dakwah Gus Miftah)." *AN-NASHIHA: Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 1, no. 1 (2021): 23–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v1i1.278>.
- Huntington, Samuel P. "Political Order in Changing Society." New Haven: Yale University Press, 1968.
- Husaini, Adian. "Islam Liberal, Pluralisme Agama, Dan Diabolisme Intelektual," 1st ed., 12–13. Surabaya: Risalah Gusti, 2005.
- Husna, Nihayatul. "Login Di Close the Door: Dakwah Digital Habib Ja'Far Pada Generasi Z." *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 3, no. 1 (2023): 43–45. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar>.
- I Makna A'raaf K, Prihantoro N P, Sifa Larasati, M. Fais Noor M, Hisny Fajrussalam. "Penggunaan Aplikasi YouTube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19." *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 21, no. 2 (2021): 173–80. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/pusat/aplikasia/article/view/2627>.
- Illahi, Muhammad Munir dan Wahyu. "Manajemen Dakwah," 34. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006.

- Illahi, Wahyu. "Komunikasi Dakwah," 16. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013.
- Indhi, Aria. "Fenomena Youtube Sebagai Media Penyiaran Di Zaman Modern." *Kompasiana.Com*, 2017. <https://www.kompasiana.com/ariaindhi/597000eded967e0aed056e12/fenomena-youtube-sebagai-media-penyiaran-di-zaman-modern>.
- Kodir, Kaka Hasan Abdul, and Anggit Rizkianto. "Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Ceramahnya Di Youtube." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2021): 52–53. <https://doi.org/10.31764/jail.v4i2.4317>.
- Kustadi, Suhandang. "Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi," 27. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Liliweri, Alo. "Komunikasi Serba Ada Serba Makna," 1st ed., 309. Jakarta, 2011.
- Ma'arif, Bambang Saiful. "Psikologi Komunikasi Dakwah," 34. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Meilanny Budiarti Sansoto. "LGBT Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia." *SHARE* 16, no. 2 (2016): 277. <http://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/13206/6036>.
- Milles, and Huberman. "Analisis Data Kualitatif," 16. Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Misrawi, Zuhairi. "Al-Qur'an Kitab Toleransi: Inklusivisme, Pluralisme, Dan Multikulturalisme," 1st ed., 205. Jakarta: Fitrah, 2007.
- Moh, Nazir. "Metode Penelitian," 179. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Moleong, Lexy J. "Metodologi Penelitian Kualitatif," 334. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Muliawati, Firda Dwi. "Ada Ancaman Tolak Konser Coldplay, Menhub Tegas Bilang Begini." *CNBC Indonesia*. May 19, 2023. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230519142626-4-438783/ada-ancaman-tolak-konser-coldplay-menhub-tegas-bilang-begini>.
- Mulkhan, Abdul Munir. "Ideologi Gerakan Dakwah," 1st ed., 52. Yogyakarta: Sipres, 1996.

- Mulyana, Deddy. "Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya," 149. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006.
- Nina Herlina. "Permasalahan Lingkungan Hidup Dan Penegakan Hukum Lingkungan Di Indonesia." *Unigal.Ac.Id* 3, no. 2 (2017): 1–16. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/galuhjustisi/article/viewFile/93/85>.
- Omar, Toha Yahya. "Ilmu Dakwah," 1. Jakarta: Wijaya, 1985.
- Oriza, Yan. "Analisis Hermeneutika Gaya Komunikasi Dai Di Kota Medan." *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* 8, no. 4 (2018): 495. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7344>.
- Puspita, Ratna. "Ini Kronologi OTT Korupsi Dana Hibah Kemenpora." *Republika.Co.Id*, 2018. <https://news.republika.co.id/berita/pjzy9u428/ini-kronologi-ott-korupsi-dana-hibah-kemenpora>.
- R, Mei Amelia. "Polisi Gerebek 13 Orang Pria Diduga Gay Di Apartemen Kalibata." *Detik.Com*, November 27, 2016.
- Rizal, Jawahir Gustav. "Mengenal Apa Itu Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Millenials, Dan Alpha." *Kompas.Com*, December 26, 2021. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millenials-dan-alpha>.
- Romli, Asep Samsul dan M. "Komunikasi Dakwah: Pendekatan Praktis," 11. Bandung, 2013.
- Saudale, Vento. "Ini Kronologi Perjalanan Konflik GKI Yasmin Sejak Era Wali Kota Diani Budiarto." *Beritasatu.Com*, 2021. <https://www.beritasatu.com/megapolitan/786471/ini-kronologi-perjalanan-konflik-gki-yasmin-sejak-era-wali-kota-diani-budiarto>.
- Shihab, Quraish. "Membumikan Al-Qur'an," 149. Bandung: Mizan, 1992.
- Sugiyono. "Memahami Penelitian Kualitatif," 334. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sulaeman, A. R., A. Fazri, and F. Fairus. "Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh." *Communication* 11, no. 1 (2020): 82. <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/comm/article/view/1009/777>.

- Sumandoyo, Arbi. "Mereka Yang Habib Dan Yang Bukan Habib." *Tirto.Id*. 2017. <https://tirto.id/mereka-yang-habib-dan-yang-bukan-habib-chde>.
- Surahman, Mochamad Rachmad, and Sudibyo Supardi. "Metodologi Penelitian," 153. Jakarta: Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2016.
- Syam, Nur. "Metodologi Penelitian Dakwah," 67. Solo: CV Ramadhani, 1991.
- Taufiq. "Berdakwah Ala Gus Miftah." *Mojok.Co*, 2019. <https://mojok.co/terminal/berdakwah-ala-gus-miftah/>.
- Tjitra, Andry Triyanto. "Fakta GKI Yasmin Bogor: Kronologi Konflik, Didemo, Relokasi Hingga Peresmian." *Tempo.Co*, April 2023. <https://metro.tempo.co/read/1713012/fakta-gki-yasmin-bogor-kronologi-konflik-didemo-relokasi-hingga-peresmian>.
- Utomo, Deni Puji, and Rachmat Adiwijaya. "Representasi Moderasi Beragama Dalam Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Pada Konten Podcast Noice 'Berbeda Tapi Bersama.'" *Pusaka* 10, no. 1 (2022): 217. <https://doi.org/10.31969/pusaka.v10i1.675>.
- Wade, Robert. "How Infrastructure Agecies Motivate Staff: Canal Irrigation in India and The Republic of Korea." World Bank, 1997.
- Wahidin, Saputra. "Pengantar Ilmu Dakwah," 2nd ed., 2. Depok: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Widjaja, H.A.W. "Ilmu Komunikasi Pengantar Studi," 57. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000.
- Wiriany, Detya, and Tiarani Vidia Pratami. "Kekuatan Media Baru Youtube Dalam Membentuk Budaya Populer." *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain* 2, no. 02 (2019): 25–30. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v2i02.199>.
- Yulista, Yera. "Gaya Komunikasi Mubaligh Dalam Sorotan Publik." *Mawa'Izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 7, no. 1 (2016): 1–22. <https://doi.org/10.32923/maw.v7i1.93>.