

**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI CHANNEL
YOUTUBE DANIEL MANANTA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana S1**

Oleh:

NISAUL KHARIMAH

NIM 19102010029

Pembimbing:

Moch. Sinung Restendy, M.Sos

NIP. 19890419 201903 1 009

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN



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-174/Un.02/DD/PP.00.9/01/2024

Tugas Akhir dengan judul : GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI CHANNEL YOUTUBE DANIEL MANANTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NISAUL KHARIMAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010029
Telah diujikan pada : Kamis, 25 Januari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 65b70f17a7bc8



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

Valid ID: 65b708c490719



Penguji II
Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.
SIGNED

Valid ID: 65b7194d43ac6



Yogyakarta, 25 Januari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 65b71b53bc384



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

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nisaul Kharimah
NIM : 19102010029
Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Di *Channel* Youtube
nnn Daniel Mananta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

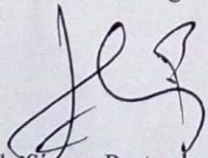
Wassalamualaikum. Wr. Wb

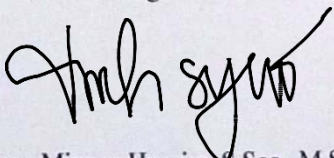
Yogyakarta, 19 Januari 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Skripsi

Ketua Program Studi


Moch. Sunung Restendy, M.Sos.
NIP : 19890419 201903 1 009


Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
NIP 19840307 201101 1 013

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisaul Kharimah
NIM : 19102010029
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Channel Youtube Daniel Mananta** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 19 Januari 2024

Yang menyatakan,



Nisaul Kharimah
NIM 19102010029

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat berupa rahmat, hidayat, dan karunia-Nya kepada, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Almamater Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Keluarga tercinta, khususnya kepada kedua orang tua penulis, Bapak Musolih dan Ibu Mujiati, serta kedua adik tercinta.

Kepada penulis sendiri, Nisaul Kharimah. Terimakasih telah berjuang dan tidak menyerah sampai sejauh ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”¹

(QS. Al-Baqarah:216)

“Being thankful and giving thanks is one of the key to be happy.”

-Mark Lee-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹. Q.S Al-Baqarah:216

KATA PENGANTAR

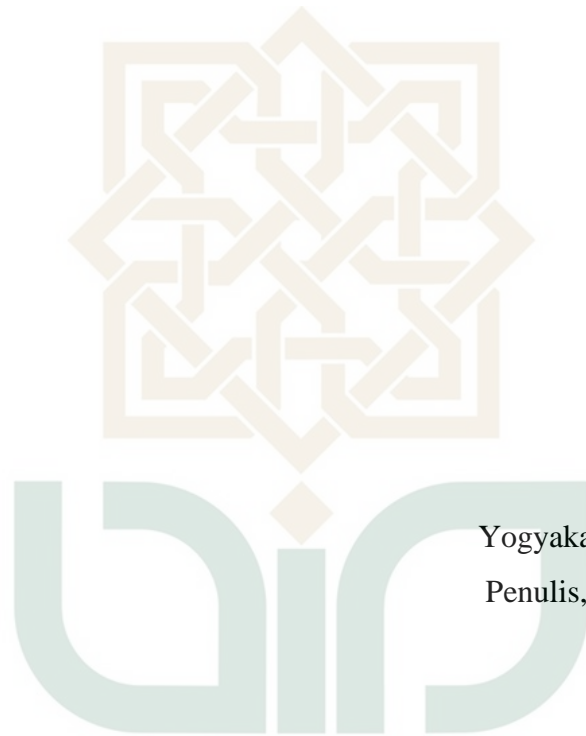
Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat kasih sayang dan karunia-Nya kepada kita semua hingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari jaman kegelapan ke jaman yang terang benderang.

Skripsi ini menguraikan analisis tentang Gaya Komunikasi Ustdaz Abdul Somad di Channel Youtube Daniel Mananta yang ditulis sebagai syarat mutlak untuk mendapatkan gelar Sarjana Sosial (S. Sos) di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tidak lain dengan bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun materi. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak, terkhusus kepada:

1. Bapak Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

4. Bapak Hamdan Daulay, M.Si., M.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan selama menjalani proses akademik di perkuliahan.
5. Bapak Mochammad Sinung Restendy, M.Sos. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan penuh tanggung jawab memberikan bimbingan serta masukan selama penulis menyusun skripsi ini.
6. Segenap dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama di perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis tercinta, Bapak Musolih dan Ibu Mujiati yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang yang tak terhingga. Terimakasih banyak atas dukungan dan doa restu yang selalu dipanjatkan, berkat doa kalian skripsi ini alhamdulillah bisa terselesaikan.
8. Kedua saudara penulis Amriul Khusna dan Qoriul Maftukhah yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk penulis.
9. Sahabat-sahabat penulis, Laras, Syifa, Ulfah, Ata, Aeman, dan Fikra, yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis. Terimakasih sudah menemani hari-hari penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman KPI angkatan 2019 yang telah membantu dan memberikan kenangan bersama selama di perkuliahan.
11. Terimakasih kepada grup NCT, terutama Renjun, Chenle, Mark, Haechan dan Hendery, yang telah memberikan semangat kepada penulis selama menyusun skripsi. Terimakasih atas lagu-lagu yang mereka nyanyikan, yang selalu menemani penulis ketika menyusun skripsi ini.

Semoga kebaikan dan segala dukungan yang telah diberikan semua pihak kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini, mendapat balasan berupa pahala dan kasih sayang dari Allah SWT.



Yogyakarta, 19 Januari 2024
Penulis,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Nisaul Kharimah
19102010029

ABSTRAK

Nisaul Kharimah. 19102010029. 2024. Skripsi. “*Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad di Channel Youtube Daniel Mananta*”. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ustadz Abdul Somad dikenal sebagai seorang dai yang memiliki keunikan dalam berdakwah. Beliau menyampaikan pesan dakwahnya dengan berbagai cara yang dapat memberikan pemahaman yang jelas kepada jamaahnya. Dalam konten Youtube Daniel Mananta, Ustadz Abdul Somad menunjukkan gaya komunikasi yang digunakannya melalui pesan dakwah yang disampaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad, dalam konten Youtube Daniel Mananta. Jenis penelitian ini yaitu penelitian deskriptif kualitatif, dengan mengumpulkan data-data dari hasil pengamatan Youtube, dokumentasi, serta internet. Analisis penelitian ini menggunakan teori gaya komunikasi milik Kreitner dan Knicki yang menyebutkan tiga jenis gaya komunikasi; Assertive Style, Agressive Style, dan Passif Style. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ustadz Abdul Somad menggunakan gaya komunikasi Assertive Style dalam menyampaikan dakwahnya pada podcast Daniel Mananta. Hal ini ditunjukkan dengan keefektifannya dalam menyampaikan pesan dakwah. Keterbukaannya dalam menyampaikan pendapat, serta humor yang sering diselipkan saat penyampaian dakwah.

Kata kunci: Gaya komunikasi, Dakwah Ustadz Abdul Somad, Youtube

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Kerangka Teori	12
1. Gaya Komunikasi	12
2. Macam-macam Gaya Komunikasi.....	14
3. Aspek-Aspek Gaya Komunikasi	17
4. Komunikasi Dalam Islam.....	19
5. Komunikasi Dakwah	22
F. Metode Penelitian	30
G. Sistematika Pembahasan.....	35
BAB II.....	36

GAMBARAN UMUM PROFIL USTADZ ABDUL SOMAD DAN KONTEN	
PODCAST DANIEL MANANTA	36
A. Gambaran Umum Tentang Latar Penelitian.....	36
1. Biografi Ustadz Abdul Somad	36
2. Masa Kecil Ustadz Abdul Somad.....	37
3. Riwayat Pendidikan Ustadz Abdul Somad.....	38
4. Ustadz Abdul Somad Berdakwah Melalui Media Sosial	40
5. Karya Tulis Ustadz Abdul Somad	41
B. Konten Podcast Daniel Mananta dengan Ustadz Abdul Somad.....	43
1. Profil Daniel Mananta	43
2. Konten Youtube Daniel Mananta dan Ustadz Abdul Somad.....	44
BAB III	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gaya Komunikasi Ustadz Abdul Somad.....	51
B. Pembahasan.....	71
BAB IV	83
PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia disebut juga sebagai makhluk sosial, dimana komunikasi menjadi kegiatan yang dilakukan tiap waktu dalam pola keseharian hidupnya. Komunikasi bisa dijalankan manusia dalam kondisi apapun, bahkan sejak sebelum terciptanya huruf dan alat komunikasi lainnya yang kita gunakan sekarang, manusia masih dapat melakukan komunikasi entah dengan berbagai cara mereka masing-masing. Pada zaman dahulu, komunikasi dilakukan hanya melalui isyarat dan suara, lalu muncul simbol-simbol yang diciptakan oleh mereka sendiri. Seiring perkembangan zaman, kemampuan manusia pun semakin berkembang. Manusia berbondong-bondong saling menciptakan pembaharuan alat komunikasi, sehingga terciptanya teknologi komunikasi yang sampai sekarang semakin pesat perkembangannya. Terciptanya teknologi sendiri bertujuan untuk memudahkan komunikasi menjadi lebih paktis dan efisien.

Dijabarkan oleh Everett M. Rogers, bahwasanya komunikasi merujuk pada suatu proses di mana suatu konsep disalurkan dari suatu sumber ke satu atau lebih penerima dengan tujuan menginduksi perubahan dalam perilaku mereka.² Dengan kata lain, komunikasi dapat dijelaskan sebagai suatu proses yang melibatkan transfer ide atau pesan dari sumber pesan pada penerima, yang bertujuan agar

²Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 62.

terjadinya efek yang diinginkan kepada penerima pesan sehingga menimbulkan suatu tindakan.

Dalam pandangan Islam, prinsip komunikasi telah tergambar dalam Al-Qur'an, khususnya dalam Surah Al-Baqarah ayat 83 yang menyiratkan makna, sampaikanlah pesanmu kepada semua orang dengan cara yang baik. Dalam konteks perspektif Islam, komunikasi tidak hanya berperan dalam membangun hubungan vertikal dengan Allah, tetapi juga memiliki peran penting dalam menjalin komunikasi yang baik secara horizontal dengan sesama manusia. Cara berkomunikasi yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Al-Hadits diuraikan secara menyeluruh sebagai panduan untuk menjalankan komunikasi secara efektif dan baik. Terdapat enam jenis gaya berbicara atau penyampaian (qaulan) yang dikenali sebagai norma, prinsip, atau etika komunikasi dalam Islam, yaitu *Qaulan Sadida, Baligha, Ma'rufa, Karima, Layina, dan Maysura*.³ Keenam gaya bicara tersebut lah yang dijadikan panduan dalam menjalankan komunikasi secara efektif dalam perspektif islam.

Sementara itu, komunikasi yang melibatkan pesan keislaman bisa dinamakan dengan dakwah. Dakwah yakni ajakan kepada seorang atau sekelompok untuk mengikuti, mengamalkan ajaran-ajaran islam.⁴ Pada dasarnya, dakwah merupakan jenis komunikasi dengan menyampaikan ajaran islam kepada masyarakat luas. Dakwah dapat dianggap sebagai suatu bentuk komunikasi, karena melibatkan proses pertukaran makna antara Dai yang bertindak sebagai

³ RS Widaningsih, *Perspektif Komunikasi Dalam Islam*, (Bandung: Jurnal LPB, 2019), hlm. 3.

⁴ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 2.

penyampai pesan dengan Madu atau objek dakwah yang berperan sebagai penerima pesan. Dalam dinamika komunikasi ini, pertukaran makna terjadi ketika Dai menyampaikan pesan dakwah yang mencakup nilai-nilai, dengan harapan bahwa pesan tersebut dapat dipahami oleh Madu dan diimplementasikan dalam hidup keseharian. Lebih lanjut, secara khusus jenis komunikasi ini dikenal sebagai komunikasi dakwah. Secara simpelnya, komunikasi dakwah adalah upaya untuk mengirimkan pesan-pesan keagamaan melalui berbagai konteks, dengan tujuan agar para jamaah merasa tergerak dan memahami relevansi nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka.⁵

Dalam rangkaian proses dakwah, terdapat beberapa elemen yang melibatkan penyampai pesan, penerima pesan, isyarat, saluran, hasil komunikasi, dan respons. Sama halnya dengan komunikasi dakwah, yang memiliki unsur atau elemen yaitu *Da'i* (penyampai pesan), *Mad'u* (penerima pesan), *Maddah* (isi pesan), *Washilah* (media dakwah), *Thoriqoh* (media dakwah), dan *Atsar* (efek dakwah).⁶ Komunikator dan Dai memiliki persamaan yaitu sebagai perantara dalam menyampaikan isi pesan. Namun, Dai punya makna yang lebih khusus, yakni individu yang mengajak orang lain, baik dengan cara langsung maupun tidak langsung, melalui ekspresi verbal, penulisan, atau tindakan, untuk menerapkan prinsip-prinsip Islam atau menyebarkan ajaran Islam, serta berupaya menciptakan perubahan menuju kondisi yang lebih baik sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁷

⁵ Istina Rakhmawati, *Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah, AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, vol 1:2, hlm. 48.

⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 19.

⁷ Awaludin Pimay, *Pengantar Ilmu Dakwah* (ttp, Pustaka Ilmu Group, 2013), hlm. 9.

Sebuah elemen tambahan dalam komunikasi dakwah, selain dari peran dai, adalah washilah atau media dakwah. Washilah atau media dakwah adalah sarana yang digunakan oleh seorang dai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada madu. Dalam hal ini, ada berbagai macam cara yang dapat digunakan oleh Dai baik secara lisan, tulisan, maupun audiovisual. Di era yang banyak memakai kemajuan IPTEK seperti sekarang ini, kegiatan dakwah dapat dilaksanakan dengan memanfaatkan media penunjang yang lebih efektif dan juga efisien, media sosial contohnya.

Menurut Van Dijk, media sosial dapat didefinisikan sebagai platform media yang difokuskan pada keberadaan pengguna, memberikan fasilitas bagi mereka untuk beraktivitas dan berkolaborasi. Dengan demikian, media sosial dapat dianggap sebagai medium online yang memperkuat interaksi dan ikatan antara pengguna.⁸ Dakwah dapat dilaksanakan dengan lebih efektif dan efisien melalui media sosial, berkat beragam fungsi yang dimilikinya. Selain itu, terdapat berbagai variasi media sosial, seperti Youtube, Instagram, Twitter, dan Facebook, yang menyediakan platform yang berbeda untuk kegiatan dakwah.

YouTube merupakan sebuah platform berbagi video yang sangat populer, di mana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Situs ini didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga individu yang sebelumnya bekerja di PayPal, yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Konten yang umumnya ditemukan di YouTube meliputi klip video dari film,

⁸ Ruli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 11.

acara televisi, dan juga karya video yang dibuat oleh pengguna itu sendiri (Tjanatjantia, Widika, 2013).⁹ Dengan perantara youtube, informasi atau pesan dakwah yang akan disampaikan oleh da'i dapat tersebar lebih luas dan dapat dijangkau oleh berbagai kalangan. Untuk memberikan dampak atau keefektifan informasi yang disampaikan, da'i juga memerlukan gaya komunikasi yang baik agar menarik penerima pesan.

Dalam melakukan komunikasi, seorang dai'i tidak terlepas dari gaya komunikasinya. Gaya komunikasi yang efektif memiliki kemampuan untuk mengubah sikap dan pandangan seseorang yang menjadi pendengarnya yakni mad'u. Karena tujuan utama dalam berdakwah yaitu tidak hanya memberikan pesan keislaman, namun juga dapat merubah perilaku penerima dakwah kepada yang lebih baik. Cara seseorang berkomunikasi tercermin dalam penggunaan bahasa, pemilihan kata, ketrampilan retorika, dan ekspresi tubuhnya. Setiap da'i juga menunjukkan gaya komunikasi yang unik dalam menyampaikan pesannya, dengan harapan menciptakan kesan positif dan mendapatkan respons yang baik dari pendengarnya yang kerap dinamakan mad'u.

Melalui konten *youtube* milik Daniel Mananta, Ustadz Abdul Somad atau kerap disapa UAS ini menyampaikan pesan-pesan dakwah secara efektif yang mampu menarik umat muslim khususnya di media sosial Youtube. Podcast Daniel Mananta dengan Ustadz Abdul Somad ini menempati rekor jumlah penonton dalam channel Youtubenya dengan tembus 1 juta lebih penonton hanya

⁹Sejarah Berdirinya Youtube, <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-youtube/>, diakses pada 14 Maret 2023 pukul 20.25

dalam waktu 2 hari.¹⁰ Ustadz Abdul Somad sendiri memiliki gaya komunikasi dakwah yang menarik, dengan ciri khas cara berbicara yang tegas dan penjelasan yang logis di setiap pesan yang disampaikan. Selain dengan Daniel Mananta, Ustadz Abdul Somad juga pernah melakukan podcast dengan Youtuber lain seperti Deddy Corbuzier namun tidak sampai viral dengan hanya 49 ribu jumlah penonton. Selain podcast yang sempat ramai di media sosial, diketahui juga Daniel Mananta adalah seorang non muslim. Hal ini juga menjadikan penulis tertarik mengkaji terkait bagaimana gaya komunikasi yang dipakai Ustadz Abdul Somad dalam podcast tersebut.

Oleh karena itu, penulis akan meneliti gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad dengan mengambil judul **“Gaya Komunikasi Ustadz Abdul Somad Di Channel Youtube Daniel Mananta.”**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana gaya komunikasi dakwah Ustadz Abdul Somad dalam konten Youtube Daniel Mananta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai pada kajian ini yakni guna memahami lebih dalam bagaimana gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad dalam menyampaikan pesan dakwahnya pada konten youtube milik Daniel Mananta.

Manfaat dari penelitian ini:

¹⁰ Baru 2 hari, podcast UAS – Daniel mananta tembus 1 juta lebih penonton, <https://www.kontenislam.com/2022/09/baru-2-hari-podcast-uas-daniel-mananta.html> , diakses pada 23 Mei 2023 pukul 15.08

1. Bagi peneliti

Dapat menambah pengetahuan penulis tentang ilmu-ilmu yang terkait dengan gaya komunikasi dan dakwah di media sosial Youtube.

2. Kegunaan akademik

Dari penelitian yang telah penulis lakukan ini diharapkan nantinya dapat menambah wawasan serta menambah khasanah kepustakaan dan dijadikan bahan referensi bagi penelitian untuk lebih meningkatkan kajian tentang penelitian gaya komunikasi, sehingga dapat dijadikan masukan bagi para mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi khususnya Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

D. Kajian Pustaka

Dalam upaya mencegah kesamaan penelitian dan plagiasi, penulis akan merinci beberapa perolehan kajian sebelumnya yang punya relevansi dengan penelitian ini, seperti:

1. Marzuki (2021), mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad”. Tiap individu memperlihatkan gaya komunikasi yang khas, sehingga mengenali cara berkomunikasi seseorang dapat membantu kita memahami diri sendiri dan mengembangkan interaksi serta hubungan antarpribadi untuk mencapai komunikasi yang efektif. Dengan kata lain,

gaya berkomunikasi memiliki potensi untuk memperoleh kesuksesan dalam menjalin hubungan dengan orang lain.¹¹

Dalam penelitian milik Marzuki ini memfokuskan pada penelitian gaya komunikasi dakwah yang dipakai Ustad Abdul Somad (UAS) melalui chanel Youtube miliknya sendiri. Penelitian dilakukan dengan mengobservasi beberapa video dakwah milik UAS dalam channel Youtube nya. Kajian itu memiliki persamaan objek penelitian yaitu gaya komunikasi yang dipakai UAS. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek penelitian, dimana channel Youtube Ustadz Abdul Somad yang dijadikan subjek penelitian. Sedangkan penelitian yng sedang penulis lakukan mengambil konten Youtube Daniel Mananta sebagai subjek penelitian.

Pada penelitian milik Marzuki ini menggunakan teori milik Carl Jung yang menjelaskan 4 gaya komunikasi yaitu: gaya pengendali, gaya kolabolator, gaya analisis, dan gaya sosial. Perolehan kajian tersebut mencerminkan bahwasanya gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Abdul Somad melalui channel youtube nya adalah gaya komunikasi pengendali atau juga disebut "*controller style*". Berbeda dengan penelitian yang dilakuakn penulis, menggunakan teori gaya komunikasi milik Kreitner dan Knicki.

¹¹ Marzuki, "*Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad*", Skripsi (Riau: Universitas Islam Riau, 2021).

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhd Al Haddad Winata, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, UMJ pada tahun 2020 dengan judul “Gaya Komunikasi Dakwah Hannan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV).” Persamaan pada kajian ini dengan yang akan dijalankan ialah teori gaya komunikasi yang dipakai yakni teori milik Kreitner dan Knicki. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Hannan Attaki adalah gaya komunikasi *Assertive Style* dan *Passive Style*.¹²

Dalam penelitian tersebut memiliki persamaan yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif sehingga menghasilkan data observasi berupa video atau foto. Sedangkan perbedaan penelitian yang dilakukan Muhd Al Haddad Winata kajian yang akan dijalankan yakni pada fokus penelitian serta obyeknya. Muhd Al Haddad berfokus pada media sosial instagram yang jadi media untuk berdakwah, sedangkan penelitian ini memakai media sosial Youtube. Objek penelitian Muhd Al Haddad Winata adalah gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Hanan Attaki, sedangkan penelitian ini meneliti bagaimana gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad.

3. Berdasarkan skripsi yang ditulis oleh Heni Krisma Lilik Agustina, mahasiswi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Ponorogo

¹² Muhd Al Haddad Winata, *Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hannan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV)*, Skripsi (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2020).

pada tahun 2022 dengan judul penelitian “Gaya Komunikasi Suhay Salim Dalam Konten Youtube May Favorites 2021”. Hasilnya bahwasanya gaya komunikasi yang dipakai Suhay Salim dalam konten May Favorites 2021 adalah *Assertive style* dan *Agressive style*.¹³ Berbeda dengan penelitian penulis yang menggunakan teori milik Kreitner dan Knicki, penelitian tersebut menggunakan teori milik J.A Waters.

Kajian di atas memiliki kesamaan dari jenis kajiannya yakni sama-sama memakai pendekatan kualitatif. Di lain sisi yang jadi pembedanya yakni dalam objek penelitian. Objek dari kajian dari Krisma adalah gaya komunikais yang digunakan Suhay Salim, sedangkan objek penelitian penulis adalah gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad.

4. Berdasarkan jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam yang ditulis oleh Kodir dan Rizkianto, mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam STID Al-Haddid Surabaya pada tahun 2021 berjudul “Gaya Komunukasi Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar Dalam Ceramahnya di Youtube”. Kajian itu melibatkan analisis mendalam terhadap bentuk dan implementasi gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Husein Ja'far Al-Hadar dalam salah satu rekaman ceramahnya di platform YouTube yang berjudul “Agungnya Meminta Maaf dan Memaafkan: Belajar Dari Nabi dan Sahabat”.¹⁴ Hasil dari penelitian tersebut

¹³ Heni Krisma Lilik Agustina, “*Gaya Komunikasi Suhay Salim Dalam Konten Youtube May Favorites 2021*”, Skripsi (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2022).

¹⁴ Kaka Hasan Abdul Kodir & Anggit Rizkianto, “*Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar Dalam Ceramahnya di Youtube*”, (Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam STID Al-Haddid Surabaya, 2021).

mengungkapkan bahwa Husein Ja'far Al-Hadar menggunakan gaya komunikasi *Assertive Style* , dan metode dakwah yang dipakai ialah metode dakwah bil hikmah dan mauidzah hasanah.

Persamaan penelitian tersebut dengan kajian yang akan dijalankan ialah metode pendekatannya yang memakai kualitatif, dan pengumpulan data dilakukan melalui proses pengamatan (observasi). Perbedaan penelitian dalam jurnal tersebut dengan penelitian ini yaitu pada subjek penelitiannya. Mereka berfokus pada gaya komunikasi yang digunakan oleh Husein Ja'far Al-Hadar, sedangkan penelitian ini akan berfokus pada gaya komunikasi milik Ustadz Abdul Somad. Perbedaan lainnya terdapat pada teori yang dipakai pada kajian di atas memakai teori milik Matthew McKay dan Martha Davis. Di lain sisi, penulis menggunakan teori gaya komunikasi milik Kreitner dan Knicki.

5. Berdasarkan jurnal Spekta Komunika yang ditulis oleh Nita Puspita Saputri dan Moh Slamet, mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Hasyim Asy'ari pada tahun 2023 dengan judul “Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yofida Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah”. Penelitian tersebut menganalisis gaya komunikasi Ustadz Toni Yofanda dalam pesan dakwahnya di disampaikan pada pengajian di Desa Delima Jaya Kec Kerinci Kanan Kab Siak.¹⁵ Hasilnya bahwasanya dalam

¹⁵ Nita Puspita Saputri, Moh Slamet, “Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yofanda Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah”, (Jurnal Spekta Komunika, Universitas Hasyim Asy'ari, Jombang:2023).

menyampaikan gaya komunikasi yang dipakai Ustadz Toni Yofanda adalah komunikasi tegas.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis ialah metode pendekatan yang dilakukan yaitu pendekatan kualitatif deskriptif. Sedangkan yang menjadikan pembeda kajian tersebut dengan penelitian milik penulis yaitu terdapat pada teori gaya komunikasi yang digunakan. Penelitian tersebut menggunakan teori gaya komunikasi milik Hafied Canggara, Steward L. Tubbs, dan Sylvia Mos. Hafied Canggara membagi gaya komunikasi menjadi 4 yaitu; komunikasi pasif, komunikasi agresif, komunikasi pasif-agresif, dan komunikasi tegas. Sedangkan penelitian milik penulis menggunakan teori gaya komunikasi milik Kreitner dan Knicki.

E. Kerangka Teori

1. Gaya Komunikasi

Dari segi etimologi, komunikasi berasal dari kata Latin "*communicatio*". Asal-usul istilah ini dapat ditelusuri dari kata "*communis*," yang merujuk pada konsep kesamaan atau persamaan dalam arti atau makna. Oleh karena itu, komunikasi dapat terjadi ketika terdapat kesamaan pemahaman terkait pesan yang disampaikan oleh pihak yang berkomunikasi dan diterima oleh pihak penerima pesan.¹⁶ Dalam konteks terminologi, komunikasi memiliki sejumlah

¹⁶ Onong Uchjana efendy, *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Cinta Aditya Bakri, 2003), hlm. 30.

definisi yang telah diajukan oleh pakar-pakar di bidang tersebut. Salah satunya adalah definisi dari Stephen Littlejohn, yang menyatakan, "*Communication is difficult to define, The world is abstract and, like most terms, possess numerous meaning*" (Morissan, 2013:8). Dengan kata lain, Littlejohn berpendapat bahwa komunikasi sulit untuk didefinisikan karena bersifat abstrak, dan seperti kebanyakan istilah, memiliki beragam makna. Di sisi lain, Wiliam J. Sellerr memberikan definisi komunikasi sebagai suatu proses di mana simbol-simbol verbal dan nonverbal dikirim, didapat, dan diberi makna.¹⁷

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa memiliki hubungan dengan sesama manusia lainnya. Untuk memiliki hubungan tersebut, manusia memerlukan adanya komunikasi dalam lingkungannya. Setiap manusia punya gaya komunikasi yang tak sama, yang bertujuan agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat ditangkap oleh lawan bicara.

Gaya komunikasi merujuk pada cara atau pola yang digunakan seseorang dalam berkomunikasi. Hal ini mencakup berbagai aspek seperti penggunaan bahasa, ekspresi tubuh, intonasi suara, dan cara menyampaikan pesan secara keseluruhan.¹⁸ Gaya komunikasi seseorang dapat mencerminkan preferensi, kepribadian, dan kemampuan komunikatifnya. Setiap individu memiliki gaya komunikasi yang unik, yang dapat berpengaruh pada efektivitas interaksi dan pemahaman antarindividu.¹⁹ Setiap gaya komunikasi terdiri dari sejumlah

¹⁷ Muhammad Syarif Sumantri, *Strategi Pembelajaran Teori dan Praktik di Tingkat Pendidikan Dasar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 351.

¹⁸ S. Djuarsa Sendjaja, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta : Universitas Terbuka, 1996), hlm.7.

¹⁹ Widjaja, A. W, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), hlm. 57.

perilaku komunikasi yang dipilih untuk mencapai tanggapan atau respons tertentu, tergantung pada konteks situasionalnya. Kesesuaian penggunaan suatu gaya komunikasi bergantung pada tujuan dari pihak yang mengirimkan pesan (komunikator) dan ekspektasi dari pihak yang menerima pesan (penerima).

Menurut Norton, gaya komunikasi bisa diartikan sebagai metode di mana seseorang berinteraksi melalui ekspresi verbal dan nonverbal untuk menyampaikan petunjuk tentang bagaimana makna sebenarnya seharusnya dipahami atau dimengerti. Terkadang, cara atau gaya berkomunikasi memiliki signifikansi yang lebih besar dibandingkan dengan isi pesan itu sendiri. Meskipun seseorang mungkin memahami isi pesan dengan baik, namun kemampuannya dalam menyampaikan pesan tersebut menjadi kunci utama dalam diterima atau tidaknya pesan oleh orang lain.²⁰

2. Macam-macam Gaya Komunikasi

Dijelaskan oleh Kreitner dan Knicki, dalam konteks manajemen komunikasi, gaya komunikasi mencakup rangkaian perilaku komunikasi yang digunakan untuk mencapai respons atau tanggapan tertentu, tergantung pada situasi tertentu. Kreitner dan Knicky mengelompokkan gaya komunikasi ke dalam tiga kategori, yakni;²¹

²⁰Memahami Gaya Komunikasi, <http://harmonipsikologi.blogspot.com/2012/01/memahami-gaya-komunikasi.html/>, diakses pada 29 Mei 2023 pukul 14.00.

²¹ McKay, M., Davis, M. & Fanning, P, *Messages: The Communication Skills Book 3rd ed*, (Oakland: New Hambringer Oublications, 2009), hlm. 128.

a. *Assertive Style*

Gaya komunikasi Assertive (*Assertive Style*) mencerminkan cara berkomunikasi yang tegas, jelas, dan lugas tanpa merugikan hak atau perasaan pihak lain. Dalam gaya ini, individu menyampaikan pendapat dan kebutuhan dengan percaya diri, menghormati orang lain, dan tetap mempertahankan kontrol atas diri sendiri. Hal ini melibatkan ekspresi pikiran dan perasaan dengan penuh keyakinan tanpa menjadi agresif. Individu yang menggunakan gaya komunikasi ini mampu menjaga keseimbangan antara kejelasan dan kebijaksanaan, menciptakan lingkungan yang terbuka untuk dialog dan kerjasama yang efektif. Gaya Assertive membantu menciptakan hubungan yang sehat dan saling menghormati dalam interaksi komunikatif.

Karakteristik dari gaya komunikasi Assertive melibatkan kepekaan terhadap perasaan orang lain, porsi pernyataan yang terukur, keberadaan harapan yang jelas, kemampuan mendengarkan secara efektif dan proaktif, ekspresi diri yang langsung, keterbukaan dan kejujuran dalam berkomunikasi, serta apresiasi terhadap humor dan keceriaan.

b. *Agressive Style*

Gaya ini mencirikan komunikator yang menegakkan hak-haknya secara langsung, tetapi terkadang cenderung berperilaku kurang pantas. Individu dengan gaya ini menyampaikan pendapat, gagasan, dan perasaan dengan jelas serta menghormati dirinya sendiri, meskipun terkadang dapat terlalu

tegas. Mereka dengan mudah menyatakan keinginan dan perasaan mereka, namun perilaku ini kadang-kadang dapat dianggap kasar atau berlebihan. Gaya *Aggressive* mungkin efektif dalam menyuarakan kebutuhan sendiri, tetapi dapat menimbulkan konflik atau ketegangan dalam interaksi komunikatif. Individu dengan tipe komunikasi *Aggressive* sering menggunakan kalimat-kalimat yang bersifat sarkastik atau berlebihan dalam bercanda, yang dapat membuat orang lain merasa tidak nyaman atau tidak dihargai.²²

Karakteristik dari gaya komunikasi *Aggressive* melibatkan perilaku tertutup, keterbatasan dalam mendengarkan, kecenderungan untuk mendominasi pembicaraan, sering menginterupsi orang lain, dan bersifat monopoli dalam berbicara.²³

c. *Passive Style*

Gaya ini melibatkan komunikan yang tidak menyatakan perasaan, gagasan, dan harapannya secara langsung. Dalam pola komunikasi ini, komunikator cenderung menunjukkan senyum dan mengkomunikasikan kebutuhannya kepada orang lain tanpa mengekspresikannya secara verbal. Dalam gaya komunikasi *Passive*, komunikator lebih suka bertindak daripada mendengarkan. Gaya pasif ini juga ditandai dengan penggunaan

²² “*Gaya Komunikasi Mama Dede*”.

<https://zamrihabib.wordpress.com/2014/01/30/gayakomunikasi-dakwah-mama-dede/> , diakses pada tanggal 06 Juni 2023 Pukul 09.00.

²³ *Ibid.* hlm. 318.

suara yang lemah dan lembut, serta kecenderungan untuk berhenti berbicara dan kurang melakukan kontak mata dengan komunikan.²⁴

Pada kajian ini, tiga gaya komunikasi tersebut, dijadikan landasan teori dan acuan. Penelitian ini akan menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Abdul Somad melalui podcast bersama Daniel Mananta.

3. Aspek-Aspek Gaya Komunikasi

Dikatakan oleh Norton, gaya komunikasi dikelompokkan jadi sepuluh²⁵, yakni:

- a.) Dominant: Komunikator yang bersifat dominan dalam interaksi, cenderung memiliki keinginan untuk mengendalikan percakapan. Individu ini memiliki kecenderungan untuk mendominasi dalam pembicaraan.
- b.) Dramatic: Dalam hal berkomunikasi, individu dengan gaya ini cenderung berlebihan, menggunakan elemen-elemen seperti kiasan, metafora, cerita fantasi, dan permainan suara untuk menyampaikan pesan.
- c.) Animated Expressive: Gaya komunikasi yang penuh warna, melibatkan aspek-aspek seperti kontak mata, ekspresi wajah, gerakan tangan, dan pergerakan tubuh dalam menyampaikan pesan..

²⁴ Rohim, H. Syaiful. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016), hlm. 128-132.

²⁵ Allen, C. dan Cutlip, S, *Effective Public Relations*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 18.

- d.) Open: Komunikator ini menunjukkan sifat terbuka, tanpa menyimpan rahasia sehingga menciptakan rasa percaya diri dan memungkinkan terjalannya komunikasi dua arah.
- e.) Argumentative: Gaya komunikasi di mana individu memiliki kecenderungan untuk suka berargumen dan bersikap agresif dalam melakukan argumen.
- f.) Relaxed: Komunikator yang mampu mempertahankan sikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain.
- g.) Attentive: Komunikator menunjukkan keterlibatan dengan menjadi pendengar aktif, empatik, dan peka terhadap perasaan orang lain dalam interaksi.
- h.) Impression Leaving: Kemampuan seorang komunikator untuk membentuk kesan yang tinggal pada pendengarnya.
- i.) Friendly: Gaya komunikasi di mana komunikator bersikap ramah dan sopan saat menyampaikan pesan kepada penerima pesan (komunikasikan).
- j.) Precise: Gaya komunikasi yang cermat, di mana komunikator menekankan kebutuhan untuk membicarakan konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

4. Komunikasi Dalam Islam

Dari sudut pandang islam, komunikasi telah dijabarkan di *Q.S Al-Baqarah:83*²⁶ yang artinya “Dan berkatalah kamu kepada manusia dengan cara yang baik”. Diungkap oleh Jalaludin Rakhmat, dalam berbicara atau berkata dengan cara yang baik, setidaknya terdapat enam jenis gaya bicara (qaulan) yang dapat dikelompokkan sebagai kaidah, prinsip, dan etika komunikasi Islam, yaitu:²⁷

1.) *Qaulan Sadida*

Qaulan Sadida, dalam konteks komunikasi Islam, mengindikasikan bahwa pembicaraan, ucapan, atau perkataan haruslah benar, baik dari segi substansi (materi, isi, pesan) maupun redaksi (tata bahasa). Dalam aspek substansi, komunikasi Islam dituntut untuk menyampaikan kebenaran yang faktual, jujur, tanpa kebohongan, serta tanpa melakukan rekayasa atau manipulasi terhadap fakta. “Dan jauhilah perkataan-perkataan dusta”²⁸.

2.) *Qaulan Baligha*

Kata "baligh" mengandung makna yang tepat, lugas, fasih, dan jelas. *Qaulan Baligha* mengindikasikan penggunaan kata-kata yang efektif, merujuk pada kemampuan menyampaikan pesan dengan tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung mengena pada inti masalah,

²⁶ Al-Qur'an, 2:83.

²⁷ Jalaludin Rakhmat, *Islam Aktual*, (Jakarta: Mizan, 1996), hlm. 83.

²⁸ Al-Qur'an, 22:30.

serta tidak menggunakan gaya bahasa yang rumit. Untuk mencapai komunikasi yang tepat sasaran, penting untuk menyesuaikan gaya bicara dan pesan yang disampaikan dengan tingkat intelektualitas komunikan. Penggunaan bahasa juga sebaiknya disesuaikan dengan pemahaman mereka agar pesan dapat diterima dengan baik.

3.) *Qaulan Ma'rufa*

Merujuk pada perkataan yang baik, ungkapan yang layak, sopan, menggunakan sindiran tanpa kekasaran, dan tidak menyakiti atau melukai perasaan orang lain. Selain itu, Qaulan Ma'rufa juga mengandung makna dari perkataan yang memberikan manfaat dan menghasilkan kebaikan (*maslahat*).

4.) *Qaulan Karima*

Merujuk pada perkataan yang mulia, disertai dengan rasa hormat dan pengagungan, menyenangkan didengar, lembut, dan bersikap sopan. Penggunaan Qaulan Karima diutamakan saat berkomunikasi dengan orang yang patut dihormati, terutama kepada orang tua. Dalam kerangka jurnalistik dan penyiaran, Qaulan Karima dapat diartikan sebagai penggunaan kata-kata yang sopan, tidak kasar, tidak vulgar, serta menghindari unsur-unsur yang dianggap tidak pantas seperti tidak enak, menjijikkan, menjengkelkan, dan kejam.

5.) *Qaulan Layina*

Menggambarkan sebuah percakapan yang dipenuhi dengan kelembutan, diucapkan dengan suara yang menyenangkan, dan dilandasi keramahan sehingga mampu menyentuh hati. Dalam penafsiran Ibnu Katsir, Layina merujuk pada penggunaan kata-kata sindiran, bukan menggunakan kata-kata yang terang-terangan atau lugas, apalagi yang bersifat kasar.

Oleh karena itu, dalam konteks komunikasi Islam, sebaiknya dihindari penggunaan kata-kata yang kasar dan menjauhi suara (intonasi) yang bersifat keras dan tinggi.

6.) *Qaulan Maysura*

Qaulan Maysura mengandung arti dari perkataan yang sederhana, yaitu mudah dicerna, mudah dimengerti, dan dapat dipahami dengan baik oleh penerima pesan. Arti lainnya adalah kata-kata yang memberikan kesenangan atau mengandung unsur-unsur yang menyegarkan. Proses komunikasi melibatkan pihak yang menyampaikan informasi (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Komunikasi dikatakan efektif ketika pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima dengan baik dan dipahami oleh komunikan, sehingga tidak terjadi kesalahan persepsi.

5. Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Komunikasi Dakwah

Dalam istilahnya, dakwah Islam telah dijelaskan oleh berbagai ahli. Menurut Sayyid Qutb, dakwah diartikan sebagai tindakan "mengajak" atau "menyeru" orang lain untuk memasuki jalan Allah swt., bukan untuk mengikuti seorang dai atau kelompok tertentu. Ahmad Ghusuli menjelaskan bahwa dakwah merupakan upaya atau komunikasi untuk memengaruhi manusia agar mengikuti ajaran Islam. Abdul al Badi Shadar mengategorikan dakwah menjadi dua tingkatan, yaitu dakwah fardiyah dan dakwah ummah. Sebaliknya, Abdul Zahroh membagi dakwah menjadi dua aspek, yakni pelaksanaan dakwah secara individu dan melalui organisasi. Sementara itu, Ismail al-Faruqi mengungkapkan bahwa hakikat dakwah terletak pada konsep kebebasan, keuniversalitasannya, dan sifat rasional. Beliau menekankan bahwa kebebasan tersebut mengindikasikan sifat universal dakwah yang berlaku untuk semua umat dan selamanya.²⁹

Dari segi teknis, dakwah dapat diartikan sebagai proses komunikasi antara dai (komunikator) dan madu (komunikan). Semua prinsip yang berlaku dalam ilmu komunikasi juga relevan dalam konteks dakwah, termasuk dalam mengeksplorasi makna yang tersembunyi di balik perilaku manusia. Pendekatan dalam dakwah serupa dengan tindakan

²⁹ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Komunikasi Penyiaran Islam, Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel, 2013), hlm. 14.

yang diterapkan dalam berkomunikasi dengan komunikan, di mana perhatian terhadap apa yang harus diungkapkan dari balik perilaku manusia menjadi hal yang penting.³⁰

Perbedaan mencolok antara komunikasi dan komunikasi dakwah terletak pada konten pesannya, yang dalam komunikasi dakwah berisi ajaran Islam. Maka, komunikasi dakwah ialah suatu proses penyampaian informasi atau pesan dari individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lainnya, yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis. Komunikasi ini menggunakan lambang-lambang, baik secara verbal maupun nonverbal, dengan tujuan mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain agar lebih sesuai dengan ajaran Islam. Proses ini dapat terjadi baik secara langsung melalui komunikasi lisan maupun tidak langsung melalui media.

b. Media Dakwah

Media ialah sarana atau perantara yang digunakan untuk mentransfer pesan dari pengirim kepada penerima. Komunikasi bermedia, oleh karena itu, adalah proses komunikasi yang memanfaatkan saluran atau alat untuk menyampaikan pesan kepada penerima yang berada di lokasi yang jauh atau dalam jumlah yang banyak. Dalam komunikasi melalui media, arahnya bersifat searah sehingga komunikator tidak dapat mengetahui tanggapan komunikan secara langsung. Oleh karena itu, untuk

³⁰ *Ibid*, hlm. 24.

menjalankan komunikasi melalui media, komunikator perlu memiliki perencanaan yang matang dan persiapan yang lebih baik.³¹

Terdapat beragam jenis media komunikasi, mulai dari yang bersifat tradisional hingga modern, seperti kentongan, beduk, pertunjukan seni, surat kabar, papan pengumuman, majalah, film, radio, dan televisi. Secara umum, contoh-contoh media komunikasi tersebut dapat dikelompokkan ke dalam kategori media tulisan atau cetak, visual, dan audio visual. Untuk mencapai tujuan dalam komunikasi dakwah, dapat dipilih satu atau kombinasi dari beberapa media, yang disesuaikan dengan sasaran dan pesan dakwah yang hendak diuraikan.

Sejalan dengan majunya IPTEK yang makin canggih ini, media yang digunakan untuk berdakwah pun semakin berkembang. Tidak terkecuali media dakwah yang digunakan oleh dai-dai di masa modern ini. Mereka para dai juga harus mampu mengikuti perkembangan media-media saat ini demi kelancaran aktivitas berdakwahnya. Salah satunya memakai platform Youtube menjadi media dalam berdakwah. Selain jangkauannya yang luas, Youtube juga merupakan salah satu platform yang dikenal oleh hampir seluruh kalangan umat manusia.

³¹ *Ibid*, hlm.104.

c. Youtube dan Podcast

1.) Youtube

Ada banyak sekali media yang tersedia sebagai sarana untuk melakukan komunikasi dakwah melalui media. Salah satunya ialah memanfaatkan kemajuan teknologi internet sebagai perantara seorang da'i menyampaikan pesan ajaran islam kepada khalayak. Salah satu media sosial yang banyak digunakan manusia pada sekarang ini ialah Youtube.

YouTube adalah platform berbagi video terbesar di dunia yang memungkinkan pengguna untuk menonton, mengunggah, dan berbagi klip video secara gratis melalui situs web ini.³² YouTube didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Dengan lebih dari satu miliar pengguna, YouTube mencapai hampir sepertiga dari total pengguna internet. Setiap harinya, orang-orang menonton ratusan juta jam video di platform ini, menghasilkan miliaran tayangan. Secara keseluruhan, YouTube telah mencapai audiens yang lebih besar di kalangan usia 18-34 dan 18-49 tahun dibandingkan dengan jaringan kabel apa pun di seluruh dunia. Waktu tontonan video di YouTube meningkat sebesar 60% setiap tahunnya, mencatat pertumbuhan tercepat dalam dua tahun

³² Sejarah-Berdirinya-Youtube, <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/>, diakses pada 06 Juni 2023 pukul 12.45.

terakhir. Jumlah penonton harian YouTube juga meningkat sebesar 40% setiap tahun sejak bulan Maret 2014. Jumlah pengguna yang mengakses YouTube melalui beranda platform ini bahkan naik lebih dari tiga kali lipat setiap tahun. (youtube, 2016). YouTube menyediakan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna, termasuk berbagai jenis video, konten Short, serta tayangan TV dan siaran langsung. Dengan adanya beragam fitur ini, seharusnya pengguna dapat menyalurkan hobi dan kreativitas mereka dengan maksimal serta memanfaatkan platform ini sebaik-baiknya.

Seiring dengan peningkatan jumlah pengguna situs Youtube saat ini khususnya di Indonesia, konten-konten video yang dimuat juga semakin berkembang variasi serta jenisnya baik yang berefek baik dan buruk. Sekarang ini di Indonesia sendiri konten video Youtube menjadi salah satu media sosial populer yang dipakai masyarakat untuk saling bertukar informasi. Mengetahui penghasilan dari konten kreator di Youtube cukup tinggi, masyarakat Indonesia semakin berlomba-lomba menarik viewers dengan menciptakan berbagai konten yang mampu menarik pengguna untuk menonton. Dengan begitu, muncullah istilah Youtuber dalam dunia Youtube. Youtuber adalah “istilah untuk menyebut seseorang yang membuat konten video yang luar biasa, pintar, dan menarik dan kemudian mentransfernya melalui akun YouTube mereka.” Sebagai seorang YouTuber, mereka secara rutin

mengunggah rekaman yang mereka buat setiap minggu ke akun YouTube mereka.³³

2.) Channel Youtube

Sebagai pengguna media sosial youtube, istilah channel tentunya sudah sering di dengar. Kata "channel" berasal dari bahasa Inggris dan memiliki arti "saluran" atau sering juga disebut sebagai "kanal". Istilah ini telah diadopsi dalam dunia pertelevisian yang mengacu pada saluran televisi atau program televisi. Channel TV merujuk pada saluran atau program televisi yang dimiliki oleh perusahaan pertelevisian dan memiliki izin frekuensi untuk disiarkan di televisi. Dalam channel TV, terdapat serangkaian program acara yang telah diatur oleh tim produksi TV untuk disiarkan kepada masyarakat melalui media televisi. Sementara itu, channel YouTube merujuk pada saluran atau kanal YouTube yang sengaja dibuat oleh pengguna yang telah mendaftar di platform YouTube. Dengan mempunyai Channel YouTube, kita dapat mengunggah video karya kita di platform tersebut, sehingga video tersebut dapat dilihat oleh pengguna YouTube lainnya. Selain itu, kita juga memiliki kemampuan untuk menonton, memberikan suka pada video, dan berlangganan ke channel orang lain. Tidak hanya itu, kita

³³ Fitto Faiqah, dkk, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram*, *Jurnal Komunikasi KAREBA*: 2016, vol.1, hlm. 1-2.

dapat memberikan komentar pada video orang lain dan membuat daftar putar.³⁴

Namun berdeba dengan channel TV, pemilik akun Youtube yang mendaftarkan channel youtube nya ke mitra google adsense bisa mendapatkan pundi uang dari konten yang diunggah. Semakin banyak penonton video yang diunggah dalam channel tersebut, maka semakin banyak uang yang dihasilkan.

3.) Podcast

Salah satu konten yang banyak digunakan dalam platform Youtube sebagai sarana komunikasi dakwah adalah konten Podcast. Podcast merupakan metode distribusi file audio melalui internet dengan menggunakan *RSS subscription*. Istilah "*podcast*" berasal dari gabungan kata "*Playable On Demand*" dan "*broadcast*". Istilah ini dapat merujuk pada cara penyampaian audio dan juga pada kontennya. Produk audio dalam bentuk file diunggah ke internet, memungkinkan mereka yang berminat untuk mengunduhnya. Selain itu, pengguna juga dapat berlangganan agar selalu mendapatkan informasi terbaru dari pembuat file audio tersebut. File-file ini dapat diunduh ke perangkat mobile. Dengan mengadopsi langganan melalui *RSS subscription*, terbentuklah ikatan antara pendengar atau audiens, bahkan membuka

³⁴Pengertian channel, <http://10300007.blog.unikom.ac.id/pengertian-channel.7zr>, diakses pada tanggal 01 Oktober 2023 pukul 15.35.

peluang terbentuknya komunitas penggemar konten audio dari pembuat podcast tersebut. Ini menciptakan bentuk media sosial yang mendorong partisipasi, transparansi, diskusi, komunitas, dan koneksi.³⁵

Seiring dengan kepopuleran podcast saat ini yang semakin meningkat, akses podcast tidak hanya melalui audio atau radio saja namun saat ini dapat dikunjungi di banyak jenis media sosial seperti Youtube. Di platform YouTube, yang menyajikan berbagai konten podcast, pengguna memiliki kebebasan untuk memilih saluran podcast mana yang ingin mereka tonton. Salah satu saluran yang cukup populer dengan konten podcast adalah yang dimiliki oleh Deddy Corbuzier. Deddy Corbuzier menghasilkan konten yang mencakup topik atau isu yang sedang ramai diperbincangkan di masyarakat melalui saluran YouTube miliknya. Pada bulan Agustus 2020, Social Blade melakukan peringkat YouTuber terkaya di Indonesia, dan Deddy Corbuzier menempati peringkat pertama. Deddy Corbuzier berhasil meraih penghasilan bulanan antara 430,7 juta hingga 6,8 miliar rupiah. Fakta ini menunjukkan bahwa selama kurun waktu hingga Agustus 2020, terutama pada masa pandemi Covid-19, podcast telah menjadi salah satu jenis konten yang diminati oleh masyarakat.³⁶

³⁵Departemen Perdagangan RI, *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025*, (ttp, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2010), hlm. 2.

³⁶ Idham Imarshan, *Popularitas Podcast Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19* kunci, *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 2021, vol.1, hlm. 3.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode kualitatif ialah pendekatan penelitian yang bersandar pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk menginvestigasi dalam kondisi objek yang alamiah. Dalam metode ini, peneliti berfungsi sebagai instrumen utama untuk memahami dan mengeksplorasi fenomena yang diamati.³⁷ Dimana metode penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena secara mendalam.

Dalam kajian ini, pendekatan yang dipakai ialah deskriptif kualitatif. Jenis penelitian deskriptif ini memfokuskan pengumpulan data berupa kata-kata dan gambar, bukan angka. Penerapan metode kualitatif menjadi dasar untuk pendekatan ini.³⁸ Pada kajian ini penulis menjalankan analisa data berupa kata-kata berupa dialog atau percakapan yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dan Daniel Mananta.

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong yang merujuk pada Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tercatat atau disampaikan secara lisan oleh partisipan dan mencakup perilaku yang diamati.³⁹ Pendekatan kualitatif

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfa beta, 2012), hlm. 13.

³⁸ Umrati Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif: Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*, (Makassar: Sekolah Theologia Jaffary, 2020), hlm. 34.

³⁹ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007), hlm. 4.

digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam terkait fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, termasuk perilaku dan tindakan mereka. Pendekatan ini melibatkan deskripsi fenomena tersebut dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Dalam hal ini pendekatan kualitatif bertujuan untuk mendapat informasi lebih tentang “Gaya Komunikasi Ustadz Andul Somad Dalam Channel Youtube Daniel Mananta”.

2. Sumber Data Penelitian

Menurut Lofland yang dikutip oleh Lexy J. Meleong mengkonsepkan data sumber utama penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lainnya.⁴⁰

Sumber data pada kajian ini antara lain:

a. Data Primer

Data primer merupakan data atau keterangan utama yang didapat dari sumber utama.⁴¹ Yakni data yang diperoleh dari observasi video podcast Ustadz Abdul Somad dengan Daniel Mananta.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang diperoleh secara tidak langsung dan digunakan untuk memberikan dukungan serta menyediakan data terkait permasalahan penelitian. Sumber data sekunder mencakup

⁴⁰ *Ibid*, hlm. 157.

⁴¹ Bagja Waluya, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*, (Bandung: PT. Setia Purna Inves, 2007), hlm. 79.

jurnal, buku, kamus, internet, catatan kuliah, dan berbagai sumber lain yang relevan dengan fokus kajian ini. Data sekunder umumnya berupa laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data documenter) yang tidak dipublikasikan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan pendekatan atau metode yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi, sementara instrumen pengumpulan data merujuk pada alat atau perangkat yang dipilih dan digunakan oleh peneliti untuk menyelenggarakan kegiatan pengumpulan data dengan lebih terstruktur dan efisien.⁴²

Pendekatan pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode studi dokumentasi. Metode studi dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data di mana peneliti menghimpun dan memeriksa informasi yang diperlukan melalui dokumen-dokumen krusial yang relevan.⁴³ Dokumentasi dalam kajian ini memakai data yang didapati dari foto, video, maupun rekaman video podcast Ustadz Abdul Somad dengan Daniel Mananta.

Selain itu, peneliti juga menggunakan prosedur pengumpulan data lain yaitu: Internet searching, observasi, dan dokumentasi.

⁴²Ridwan, *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*, (Bandung: Alfabeta, 2004), hlm. 137.

⁴³Zaldafrial, *Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: Yuma Pustaka, 2012), hlm. 39.

a. *Internet searching*

Proses pencarian data secara daring melibatkan eksplorasi media internet untuk mendapatkan informasi secara online, dengan merujuk pada berbagai referensi, jurnal, buku, serta skripsi yang memiliki relevansi dengan penelitian.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, disertai dengan pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek yang menjadi fokus penelitian.⁴⁴

Penulis memakai pengamatan langsung pada video podcast Ustadz Abdul Somad dengan Daniel Mananta di Youtube. Adapun yang peneliti amati adalah gaya komunikasi Ustadz Abdul Somad dalam podcast tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan bukti yang melibatkan pemanfaatan buku, catatan, arsip, atau laporan yang berisi informasi sebagai dukungan dalam penelitian. Fungsinya adalah untuk menjamin ketepatan data yang dikumpulkan.⁴⁵

⁴⁴ Abdurrahman, Fatoni. *Metodologi Penelitian dan Tehnik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006) hlm. 104-105.

⁴⁵ *Ibid*, hlm. 204.

4. Analisis Data

Sesuai dengan pendekatan dalam penelitian ini, maka analisis data yang dipakai ialah deskriptif kualitatif. Metode analisis deskriptif kualitatif melibatkan proses menganalisis, menggambarkan, dan merangkum berbagai kondisi dan situasi yang muncul dari data yang terkumpul, seperti hasil wawancara atau pengamatan, terkait dengan masalah yang diteliti di lapangan.⁴⁶ Hasil dari penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa ungkapan tertulis atau lisan yang berasal dari subjek penelitian yang telah dikaji. Berdasarkan jenis metode penelitian kualitatif, maka penelitian ini termasuk dalam studi kasus (*Case Studies*), yaitu penelitian mendalam terhadap individu maupun kelompok untuk menghasilkan deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas.

Untuk menganalisis data yang diperlukan, penulis memakai gaya komunikasi milik Kreitner dan Knicki sebagai teori dalam penelitian ini. Menurut Kreitner dan Knicki, terdapat 3 klasifikasi gaya komunikasi yaitu gaya komunikasi *Agressive Style*, *Assertive Style*, dan *Passive Style*. Selain itu, peneliti juga menggunakan teori gaya bicara dalam perspektif Islam menurut Jalaludin Rakhmat. Terdapat enam gaya bicara dalam perspektif Islam yaitu: *qaulan sadida*, *baligha*, *ma'rufa*, *karima*, *layina*, *maysura*.

⁴⁶ I Madhe Wirata, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2006), hlm. 155.

5. Subjek dan Objek Penelitian

a. Subjek

Subjek dalam kajian ini ialah video podcast Ustadz Abdul Somad dengan Daniel Mananta.

b. Objek

Objek dari kajian ini ialah gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad dalam podcast bersama Daniel Mananta di Youtube.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam kajian ini, penulis nantinya akan menjabarkan hasil penelitian ke dalam empat bab:

BAB I, berisi tentang pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan metode penelitian.

BAB II, berisi tentang profil Ustadz Abdul Somad, profil Daniel Mananta, dan gambaran umum konten podcast di channel Youtube Daniel Mananta.

BAB III, berisi tentang analisis gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad dalam podcast Daniel Mananta.

BAB IV, berisi kesimpulan dan saran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar atas teori Kreitner dan Knicki, gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan gaya komunikasi yang dipakai guna memperoleh respon atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu. Kreitner dan Knicki mengklasifikasikan gaya komunikasi menjadi 3; *Assertive Style*, *Agressive Style*, dan *Passive Style*.

Dari hasil analisa yang peneliti jalankan terkait gaya komunikasi dakwah yang digunakan Ustadz Abdul Somad dalam konten pada channel youtube Daniel Mananta yang berjudul “Cara Beribadah Versi Abdul Somad”, dapat penulis simpulkan bahwasanya gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Abdul Somad adalah gaya komunikasi *Assertive Style*. Sesuai dengan ciri-ciri gaya komunikasi *assertive style* yaitu, a) menggali perasaan orang lain, b) memberikan pernyataan dengan harapan, c) mendengarkan secara efektif dan aktif, d) mengekspresikan diri secara langsung, d) berkata jujur dan langsung, d) menikmati rasa humor dan canda. Dalam video yang peneliti analisis, ke lima ciri-ciri gaya komunikasi tersebut terdapat dalam penyampaian pesan dakwahnya kepada komunikan atau mad'u.

Gaya komunikasi *agressive style* tidak ditemukan dalam gaya komunikasi yang digunakan Ustdaz Abdul Somad, karena beliau menyampaikan pesan dakwahnya secara terbuka dan aktif mendengarkan. Tidak seperti ciri-ciri gaya komunikasi *agressive style* yang tertutup, sedikit mendengarkan, dan

memonopoli pembicaraan. Gaya komunikasi *passive style* juga tidak ditemukan dalam gaya komunikasi yang digunakan Ustadz Abdul Somad di podcast nya bersama Daniel Mananta. Gaya komunikasi *passive style* memiliki ciri-ciri komunikator yang cenderung sering melakukan tindakan dibanding mendengarkan, serta tidak sering melakukan kontak mata dengan komunikan. Sedangkan dalam podcast tersebut, Ustadz Abdul Somad cenderung menyampaikan pesan dan mendengarkan komunikan dengan saksama serta sering melakukan kontak mata dengan Daniel Mananta.

Dalam penelitian ini, penulis juga menganalisis gaya komunikasi dakwah Ustadz Abdul Somad dalam perspektif islam. Terdapat enam gaya bicara (qaulan) yang disebut sebagai etika komunikasi dalam Islam, yaitu: *Qaulan Sadida*, *Qaulan Ma'rufa*, *Qaulan Layina*, *Qaulan Baligha*, *Qaulan Karima*, dan *Qaulan Maysura*. Dalam penyampaian pesan dakwah Ustadz Abdul Somad kepada mad'u, gaya bicaya yang digunakan mengandung keenam gaya bicara dalam islam tersebut. Dengan begitu, gaya bicara yang dilakukan Ustadz Abdul Somad sudah memenuhi kriteria dalam etika berkomunikasi dalam islam.

Adapun konsep gaya komunikasi menurut Norton yang digunakan Ustadz Abdul Somad dalam video podacst dengan Daniel Mananta, yaitu: *Animated Aexpressive* (melibatkan aspek kontak mata, ekspresi wajah, gerakan tangan, dan pergerakan tubuh saat menyampaikan pesan), *Open* (terbuka dan percaya diri), *Attentive* (pendengar yang akrif, empatik, peka terhadap perasaan orang lain saat interaksi), dan *Friendly* (ramah dan sopan saat menyampaikan pesan).

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai Gaya Komunikasi Ustadz Abdul Somad dalam channel youtube Daniel Mananta, penulis memberikan saran sebagai berikut:

- a. Semoga dengan adanya konten Ustadz Abdul Somad dengan Daniel Mananta ini, memberikan pengetahuan kepada para pembaca dan pendengar akan pentingnya gaya komunikasi yang digunakan oleh komunikator untuk memahami pesan yang disampaikan tanpa adanya kekeliruan.
- b. Sebagai seorang Dai sekaligus komunikator, pesan yang disampaikan kepada mad'u akan sangat berpengaruh untuk kehidupan seterusnya. Maka dari itu, seorang Dai haruslah menguasai materi dengan matang dan memahami ilmu agama secara profesional.
- c. Agar dakwah yang disampaikan dapat mempengaruhi kehidupan mad'u ke arah yang lebih baik dan sesuai ajaran agama, maka sebaiknya seorang Dai dapat dijadikan sebagai contoh. Dengan begitu, tingkat kepercayaan mad'u pada apa yang disampaikan seorang dai akan meningkat.
- d. Sebagai mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, kita harus memahami bagaimana gaya komunikasi yang baik untuk kita gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- A. P. (2013). *Pengantar Ilmu Dakwah*. ttp: Pustaka Ilmu Group.
- Abdul Kodir, K. H., & A. R. (2021). Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja'far Al-Haidar Dalam Ceramahnya di Youtube. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam STID Al-Haddid*.
- Abdurrahman, & Fatoni. (2006). *Metodologi dan Teknik Penyusunan Skripsi* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Allen, C, Cutlip, & S. (2006). *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- d. m. (2003). *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Roskadaya.
- Devito, & A, J. (2013). *The Interpersonal Communication*. tt: Pearson Education.
- Efendi, O. U. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikas*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakri.
- Efendy, O. U. (2003). *Ilmu Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Cinta Aditya Bakri.
- Faiqoh, F., & dkk. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 2.
- I. R. (t.thn.). Kontribusi Retorika Dalam Komunikasi Dakwah. *AT-TABSYIR* , 48.
- Imarshan, I. (2021). Popularitas Podcast Sebagai Pilihan Sumber Informasi Bagi Masyarakat Sejak Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunkasi Bisnis*, 3.
- McKay, Davis, M., M, & Fanning. (2009). *Message: The Communication Skills Book 3rd Ed*. Oackland: New Hambinger Oublications.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Komunikasi Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana. (2000). *Ilmu Komunikas: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- R. N. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- R. W. (2019). *Perspektif Komunikasi Dalam Islam*. Bandung: Jurnal LPB.
- RI, D. P. (2010). Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025. *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025* (hal. 2). ttp: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Ridwan. (2004). *Statistika Untuk Lembaga dan Instansi Pemerintah/Swasta*. Bandung: Alfabeta.
- Rohim, & Syaiful, H. (2016). *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Romli, & Khomsahrial. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Sandjaja, S. D. (1996). *Pengantar Ilmu Komunkasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfa Beta.
- Sumantri, M. S. (2015). *Strategi Pembelajaran Teori dan Praktik di Tingkat Pendidikan Dasar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumantri, M. S. (2015). *Strategi Pembelajaran Teori dan Praktik di Tingkat Pendidikan Dasar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- W. I. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- W. S. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Waluya, B. (2007). *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarkat*. Bandung: PT. Setia Purna Inves.
- Widjadja. (2002). *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Widjaja, & W, A. (2000). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wijaya, U. H. (2020). *Analisis Data Kualitatif: Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Makassar: Sekolah Theologia Jaffary.
- Wirata, I. M. (2006). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Zaldafrial. (2012). *Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Yuma Pustaka.

Website:

Widyaka. *Sejarah Berdirinya Youtube*, <https://canacantya.wordpress.com/sejarah/sejarah-berdirinya-youtube/> , diakses 14 Maret 2023.

Eko, Fataip. *Baru 2 Hari, Podcast UAS-Daniel Mananta Tembus 1 Juta Penonton. Ini Komentar Daniel*, <https://www.suaramerdeka.com/hiburan/pr-044345465/baru-2-hari-podcast-uas-daniel-mananta-tembus-1-juta-lebih-penonton-ini-komentar-daniel> , diakses pada 23 Mei 2023.

Ivan. *Memahami Gaya Komunikasi*, <http://harmonipsikologi.blogspot.com/2012/01/memahami-gaya-komunikasi.html> , diakses pada 29 Mei 2023.

Zamris, Habib. *Gaya Komunikasi Dakwah Mama Dede*, <https://zamrishabib.wordpress.com/2014/01/30/gaya-komunikasi-dakwah-mama-dede/> , diakses pada 06 Juni 2023.

Fandy, A. R. *Biografi Ustadz Abdul Somad dan Pola Dakwahnya*, <https://www.gramedia.com/best-seller/biografi-ustaz-abdul-somad/> , diakses pada 13 September 2023.

Nanda, H. *Ustadz Abdul Somad Berbagi Ilmu Lewat Buku-Buku Karyanya*, <https://www.gramedia.com/blog/ustadz-abdul-somad-berbagi-ilmu-lewat-buku-buku-karyanya/> , diakses pada 01 Desember 2023.

Viva.co.id. *Daniel Mananta Akhirnya Ikutan Bikin Channel Youtube*, <https://ameera.republika.co.id/berita/q9sweo9124000/daniel-mananta-akhirnya-ikutan-bikin-youtube-channel?> , diakses pada 15 September 2023.

Youtbe Daniel Mananta, *Cara Beribadah Versi Ustadz Abdul Somad*, https://youtu.be/AJN6o5_VtCg?si=6ELJ5zd8D8suYiD

Youtube Daniel Mananta, *Cerita Dibalik Kehidupan Ustadz Abdul Somad*, <https://youtu.be/gxmOj1wjujQ?si=lE66f70u4vmUhuoJ>