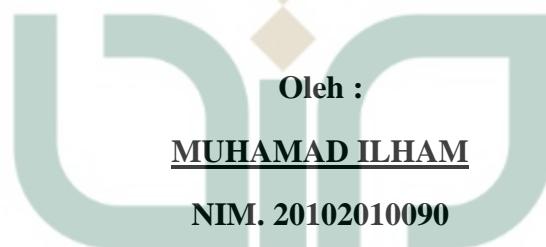


**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH FERRY IRWANDI DALAM UPAYA
MENANGANI KASUS JUDI ONLINE MELALUI CHANNEL YOUTUBE**



**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1**



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
Drs. Muhammad Sahlan, M.Si
NIP 19680501 199303 1 006
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

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

2024

LEMBAR 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-2184/Un.02/DD/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : GAYA KOMUNIKASI DAKWAH FERRY IRWANDI DALAM UPAYA MENANGANI KASUS JUDI ONLINE MELALUI CHANNEL YOUTUBE

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMAD ILHAM
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010090
Telah diujikan pada : Senin, 09 Desember 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Drs. Mukhammad Sahlan, M.Si
SIGNED

Valid ID: 676d84041f58d



Pengaji I
Saptoni, S.Ag., M.A
SIGNED

Valid ID: 676a3a81d16f



Pengaji II
Seiren Ikhtiaru, M.A.
SIGNED

Valid ID: 676a59f697ef1



Yogyakarta, 09 Desember 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 676e18099909a

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

**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 saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Muhamad Ilham
NIM : 20102010090

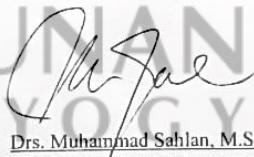
Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Dakwah Ferry Irwandi Dalam Upaya Menangani Kasus Judi Online Melalui Channel Youtube

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan.
Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 11 November 2024

Mengetahui:
Ketua Prodi,


Pembimbing
Drs. Muhammad Sahlan, M.Si
NIP 19680501 199303 1 006


Mengetahui:
Saptoni, M.A.
NIP 19730221 199903 1 002



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Ilham
NIM : 20102010090
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Gaya Komunikasi Dakwah Fery Irrwandi Dalam Upaya Menangani Kasus Judi Online Melalui Channel Youtube** 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, 1 Oktober 2024

Yang menyatakan,

Muhamad Ilham

NIM 20102010090

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Rasa Syukur kepada Allah Swt.. atas segala nikmat yang diberikan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

Orangtua Tercinta

Keluarga Besar Tersayang

Almarhum bapak tercinta Ibu dan keluarga tercinta

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Serta saya sendiri yang telah mampu berjuang menyusun skripsi ini



MOTTO

Semakin Dalam Perasaannya, Semakin Besar Rasa Sakitnya

(Leonardo Da Vinci)

Langit Yang Seterbuka Ini, Masa Pikiranmu Masih Tertutup

(Widad Hafiyah Usman)

Tidak Mengenal Diri Sendiri Adalah Hal Yang Paling Bodoh

(Chou Yagami)

Manusia Tidak Enak Dimakan Dagingnya

(H. Muhtadin)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin

Puji syukur kehadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Gaya Komunikasi Dakwah Ning Umi Pada Live Comal Pemalang”. Shalawat serta salam dihaturkan kepada Baginda Nabi Muhammad Saw. yang telah membimbing umat manusia menuju jalan kebenaran dan menantikan syafa'atnya di hari akhir.

Skripsi dengan judul “Gaya Komunikasi Dakwah Ferry Irwandi dalam Upaya Menangani Kasus Judi Online” diharapkan mampu menjadi rujukan dan bahan diskusi serta pembelajaran dalam program studi, keilmuan dan penelitian yang terkait sehingga mampu memberikan manfaat baik bagi para akademisi hingga masyarakat umum. Adapun penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akhir dalam memperoleh gelar strata satu pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Peneliti dengan tulus mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak yang telah mendukung dan membimbing peneliti dalam proses penyusunan skripsi ini, diantaranya :

1. Kedua orangtua yang terhebat, terkasih, tersayang, dan tercinta Bapak Muhtadin dan Ibu Nia terima kasih tak terhingga atas iringan segala doa,

perjuangan, dukungan, semangat yang senantiasa membersamai dalam setiap proses dan lini kehidupan peneliti.

2. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil.,Ph.D.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.
4. Ketua Program Bidang Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Saptoni, M.A.
5. Dosen penasihat akademik, Ibu Khoiro Ummatin, S.AG, M.SI yang senantiasa sejak awal hingga akhir perkuliahan selalu memberikan nasihat, arahan, dan bimbingan pada peneliti.
6. Dosen pembimbing skripsi, Bapak Drs. Muhammad Sahlan, M.Si yang telah senantiasa muncurahkan waktu dan pikirannya untuk memberikan dukungan, saran, kritik dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini
7. Segenap Dosen dan pegawai staf TU program bidang Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama peneliti menempuh pendidikan di bangku perkuliahan
8. Kepada Almarhum Bapak H. Oyo selaku ayah sambung yang selalu menjadi kenangan terindah dan selalu abadi dalam hidup peneliti.

9. Kepada keempat saudara tercinta, saudara Muhammad Ihsan, Ginansyah, Ardiansyah, Jefi Zaenuddin yang selalu memberikan support dengan mendoakan saya dalam hal apapun.

10. Terima kasih kepada segenap Keluarga Besar Bara Putra, Zaki Aulia, Habib Husein, Udin Lamelo, Yusuf Arifin, Mustajibillah, Sigit Setiyawan, Revyan Yahya, Rahmet Abdillah, Rizqi Arief Darmawan, Muhammad Zulfadli, Achmad Dimyati, selaku teman seperjuangan kuliah sekaligus teman curhat peneliti akan lika-liku kehidupan menjadi mahasiswa.

11. Teman dekat Barqi Muhammad Wafiq, Ananda Yusuf, Zuvan Kusuma Aunillah, Falich Arhkan, Widad Hafiyah Utsman, Rendy Irwan, Farhan Primawan terima kasih telah berbagi pengalaman yang luar biasa serta telah bersama dengan berbagi kisah suka dan duka kepada peneliti.

12. Kepada rekan-rekan Senandika Production yang telah memberikan pengalaman berharga semasa pembuatan film untuk tugas akhir semester pada kala itu.

13. Teman-teman sejawat KKN desa Cepoko, Djati, Ponorogo, Dedi, Arwani, Mumtaz, Omen, Fitrotul Amalia, Nailul Inayati, Ayu, Ratih, Diya Qistina, serta Bapak/Ibu masyarakat desa Cepoko yang meski hanya singkat bersama, tetapi mampu memberikan banyak memori indah, dan pengalaman yang luar biasa.

14. Terimakasih kepada segenap teman-teman mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tahun angkatan 2020 selaku teman seperjuangan sejak menjadi mahasiswa baru

15. Terimakasih kepada Ema beserta keluarga selaku pemilik warung makan yang berada di depan kos yang senantiasa selalu mensupport dan mendoakan kelancaran di setiap perjuangan kuliah.
16. Terakhir, untuk diri sendiri. Terima kasih untuk segala hal yang sudah kamu perjuangkan dan tidak menyerah pada setiap proses demi proses serta mampu bertahan pada perjalanan yang penuh lika-liku.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas kebaikan yang telah diberikan baik doa, dukungan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga Allah Swt.. memberikan balasan atas segala kebaikan yang diberikan. Peneliti juga memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kesalahan, karena status peneliti yang masih pelajar, peneliti merasa bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna. Oleh karena itu, apabila terdapat kritik dan saran yang membangun terhadap skripsi ini, akan peneliti terima dengan lapang dada demi kebaikan dan kebermanfaatan kita semua.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 2 Desember 2024

Peneliti,

Muhamad Ilham

NIM. 20102010090

ABSTRAK

Muhamad Ilham, 20102010090, Gaya Komunikasi Dakwah Ferry Irwandi Dalam Upaya Menangani Kasus Judi Online Melalui Channel Youtube. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024.

Gaya komunikasi dapat diartikan sebagai metode penyampaian pesan baik secara verbal maupun non-verbal dengan menggunakan tanda yang dapat dimaknai, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan. Gaya komunikasi sangat penting bagi siapa saja, tak terkecuali influencer. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah "Bagaimana gaya komunikasi dakwah yang digunakan Ferry Irwandi dalam upaya menangani kasus judi online melalui channel YouTube?" Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ferry Irwandi dalam videonya terkait penanganan kasus judi online. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan teori gaya komunikasi Norton. Teori ini digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi yang muncul dalam video yang dipublikasikan oleh Ferry Irwandi. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa video dakwah yang diunggah oleh Ferry Irwandi di channel YouTube-nya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ferry Irwandi menggunakan berbagai gaya komunikasi, yang sesuai dengan 10 gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Norton, antara lain gaya komunikasi bersahabat, animasi, dominan, dramatis, terbuka, argumentatif, santai, atentif, berkesan dan tepat. Selain itu, dalam penggunaan intonasi, Ferry Irwandi menerapkan intonasi dinamis, pengaturan tempo, serta variasi tinggi dan rendah suara untuk mendukung penyampaian pesan dalam videonya. Kesimpulannya, gaya komunikasi yang diterapkan oleh Ferry Irwandi sangat efektif dalam menyampaikan pesan dakwah dan memberikan dampak positif dalam menangani kasus judi online melalui media YouTube.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, Ferry Irwandi, YouTube

ABSTRACT

Muhamad Ilham, 20102010090, The Communication Style of Ferry Irwandi in Addressing Online Gambling Cases Through YouTube Channel. Thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta, 2024.

Communication style can be defined as a method of delivering messages, both verbally and non-verbally, using signs that can be interpreted, so that the message can be conveyed effectively as intended. Communication style is crucial for everyone, including influencers. The issue discussed in this research is "What is the communication style used by Ferry Irwandi in addressing the online gambling case through his YouTube channel?" The purpose of this study is to identify and analyze the communication style used by Ferry Irwandi in his videos related to addressing the online gambling issue. This research uses a descriptive qualitative method with the approach of Norton's communication style theory. This theory is used to analyze the communication styles that appear in the videos published by Ferry Irwandi. The data used in this study consists of the preaching videos uploaded by Ferry Irwandi on his YouTube channel. The results show that Ferry Irwandi employs various communication styles, which align with the 10 communication styles proposed by Norton, including friendly, animated, dominant, dramatic, open, argumentative, relaxed, attentive, impressive, and appropriate styles. In addition, regarding intonation, Ferry Irwandi applies dynamic intonation, tempo regulation, as well as variations in pitch to support message delivery in his videos. In conclusion, the communication style implemented by Ferry Irwandi is highly effective in conveying his preaching messages and has a positive impact on addressing the online gambling issue through YouTube media.

Keywords : Communication Style, Ferry Irwandi, YouTube

**SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	8
F. Kerangka Teori	12
1. Gaya Komunikasi	12
2. Komunikasi Dakwah	19
3. Media Massa	24
4. Youtube.....	28

5. Intonasi.....	30
6. Audio	32
G. Metodologi Penelitian.....	32
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	32
2. Subjek dan Objek Penelitian	34
3. Sumber Data Penelitian.....	34
4. Teknik Pengumpulan Data.....	35
5. Teknik Analisis Data	36
H. Sistematika Penulisan	37
BAB II GAMBARAN UMUM.....	39
A. Kampanye dan Pemberantasan Judi Online di Media Sosial YouTube	
39	
B. Profil Ferry Irwandi.....	41
C. Akun Youtube Ferry Irwandi.....	45
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gaya Dominan (<i>Dominant</i>)	48
B. Gaya Dramatis (<i>Dramatic</i>)	51
C. Gaya Animasi (<i>Animated</i>)	53
D. Gaya Terbuka (<i>Open</i>).....	56
E. Gaya Argumentatif (<i>Argumentative</i>)	58
F. Gaya Santai (<i>Relaxed</i>)	59
G. Gaya Bersahabat (<i>Friendly</i>).....	60
H. Gaya Tepat (<i>Precise</i>)	63
I. Gaya Atentif (<i>Attentive</i>).....	65
J. Gaya Berkesan (<i>Impression Leaving</i>)	67

BAB IV PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN 1 TRANSKRIP VIDEO	78
LAMPIRAN 2 RIWAYAT HIDUP.....	87



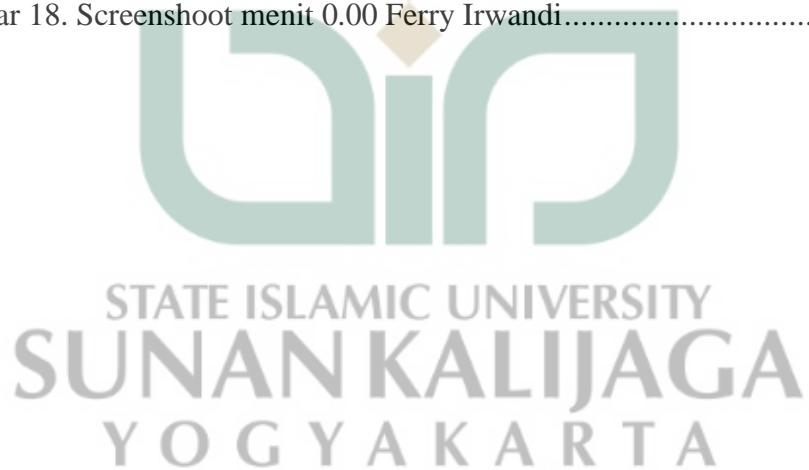
DAFTAR TABEL

Table 1. Gaya Animasi yang Terdapat pada Ferry Irwandi dalam menangangi kasus judi online	54
Table 2. Gaya Animasi yang Terdapat pada Ferry Irwandi dalam menangangi kasus judi online	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Potret Ferry Irwandi Podcast Close The Door	43
Gambar 2. Ferry Irwandi Beradu Argumen dengan Chef Arnold.....	44
Gambar 3. Screenshoot Akun YouTube Ferry Irwandi	45
Gambar 4. Screenshoot Playlists Youtube Ferry Irwandi.....	46
Gambar 5. Spektrum Audio Pemaparan Ferry Irwandi	48
Gambar 6. Screenshoot menit 0.00 Ferry Irwandi.....	49
Gambar 7. Spektrum audio menit 0.00 pada video Ferry Irwandi	50
Gambar 8. Screenshoot menit 2.30 Ferry Irwandi.....	52
Gambar 9. Spektrum audio menit 2.30 pada video Ferry Irwandi	53
Gambar 10. Screenshoot menit 0.20 Ferry Irwandi.....	57
Gambar 11. Spektrum audio menit 0.20 pada video Ferry Irwandi	57
Gambar 12. Screenshoot menit 0.20 Ferry Irwandi.....	58
Gambar 13. Spektrum audio menit 0.20 pada video Ferry Irwandi	59
Gambar 14. Screenshoot menit 2.00 Ferry Irwandi.....	60
Gambar 15. Screenshoot menit 2.00 Ferry Irwandi.....	61
Gambar 16. Screenshoot menit 2.30 Ferry Irwandi.....	63
Gambar 17. Screenshoot menit 2.00 Ferry Irwandi.....	66
Gambar 18. Screenshoot menit 0.00 Ferry Irwandi.....	67



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya komunikasi memiliki peran penting dalam mengatasi perbedaan nilai antara konten judi online dan konten dakwah. Gaya komunikasi yang efektif dapat membantu menjembatani perbedaan nilai antara konten judi online dan konten dakwah, dengan memberikan edukasi yang relevan dan menarik bagi masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi para pendakwah untuk memahami bagaimana mengadaptasi gaya komunikasi dakwah mereka untuk menjadi lebih dinamis dan relevan dalam era digital.

Gaya komunikasi dakwah, dalam kajian teori ilmu komunikasi, menunjukkan perubahan yang signifikan seiring dengan kemajuan era digital. Teori komunikasi persuasif dapat digunakan untuk memahami cara para pendakwah memanfaatkan media sosial, platform video, dan aplikasi pesan instan sebagai sarana untuk meyakinkan dan memengaruhi audiens. Pesan dakwah tidak hanya disampaikan secara informatif, tetapi juga dirancang untuk merangsang pemikiran, emosi, dan tindakan. Penerapan strategi persuasif, seperti membangun kredibilitas, menciptakan daya tarik emosional, dan melakukan analisis audiens, menjadi kunci dalam meningkatkan efektivitas dakwah di dunia digital.¹

¹Yulia Rahmawati et al., “Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian,” *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1 (2024): 266–79, <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>.

Menurut teori komunikasi antarpersonal, gaya komunikasi adalah cara kita berbicara, berinteraksi, dan menjalin hubungan dengan orang lain. Gaya ini unik untuk setiap individu dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti nada suara, bahasa tubuh, dan pilihan kata. Teori komunikasi antarpersonal menjelaskan betapa pentingnya memahami gaya komunikasi masing-masing agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Gaya komunikasi adalah metode yang digunakan seseorang untuk menyampaikan pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, untuk memberikan petunjuk mengenai makna yang seharusnya dipahami dan dimengerti. Dalam proses penyampaian pesan, setiap individu memiliki gaya komunikasi yang berbeda-beda.²

Communicator Style Measure dari Robert w. Norton (1978,1983) yang terdiri dari sepuluh karakter, yaitu; a. *Impression Leaving* (kesan yang ditinggalkan), yaitu kecenderungan untuk mencoba menciptakan kesan mendalam di dalam benak penonton. Ini adalah sasaran yang disadari oleh seseorang ketika berbicara dengan orang lain, b. *Argumentative* (suka berdebat), yaitu keadaan menantang orang lain ketika terjadi ketidak sepahaman, berargumen dengan yang lain dengan cara yang agresif dan terkesan negative, c. *Open* (keterbukaan), yaitu karakter yang berarti bersedia menyampaikan perasaan, pemikiran, dan informasi personal. Orang yang terbuka biasanya bangga dengan kejujurannya, d. *Dramatic*

²Maya Aryani Fadhila et al., “Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo Melalui Tiktok Quantitative Content Analysis of Communication Styles Governor of Central Java Ganjar Pranowo Through Tiktok @ Ganjarpranowofc,” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* VI, no. I (2023): 16–31.

(dramatis), yaitu dalam upaya untuk mempengaruhi bagaimana orang lain menafsirkan isi literal pembicaraannya, komunikator yang dramatis akan menceritakan sebuah kisah, berbagai fantasi, menggunakan metafora, melebih-lebihkan ide, dan memodulasi isyarat paralinguistic, e. *Dominant* (dominan), yaitu Tampil kuat, sering berbicara, mengambil peran pemimpin, dan ingin mengontrol situasi-situasi sosial, f. *Precise* (ketepatan), yaitu keinginan agar orang mendokumentasikan apa yang dikatakan. Biasanya orang dengan ciri ini, berusaha untuk akurat dan menyeluruh dalam komunikasi lisan, g. *Relaxed* (relax), yaitu komunikator yang bersifat positif, tidak gugup dalam berbicara atau bahasa tubuh, h. *Friendly* (bersahabat), yaitu membangun kedekatan dengan bersikap ramah dan sopan saat menyampaikan pesan kepada penerima pesan, i. *Attentive* (perhatian), yaitu cenderung untuk mendengarkan secara seksama, berempati dan sensitif sehingga mampu mengulang apa yang dikatakan orang lain, sehingga orang tahu bahwa ia menyimak, j. *Animated Expressive* (hidup dan semangat), yaitu menunjukkan warna dalam komunikasi, melalui penggunaan mimik yang cukup sering seperti gerakan mata, muka, gesture untuk mengekspresikan maksud.³ Dari beberapa gaya komunikasi tersebut, ada beberapa gaya komunikasi yang diterapkan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan dakwah, seorang komunikator tentunya harus berpegang pada prinsip-prinsip yang sesuai dengan ajaran Islam.

³Raden Wahyu Utomo Martianto and Ahmad Toni, “Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2021): 13–28.

Komunikasi yang mengandung unsur dakwah disebut komunikasi dakwah. Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi kepada individu atau kelompok. Pesan yang disampaikan bersumber dari Al-Quran dan Hadist, menggunakan simbol-simbol baik secara lisan maupun nonverbal, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pandangan, atau tindakan orang lain. Sesuai dengan ajaran Islam, komunikasi ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai media.

Islam memiliki 6 prinsip komunikasi dakwah adalah qaulan sadida artinya perkataan yang benar, qaulan baligha artinya perkataan yang efektif, qaulan ma'rufa artinya kata-kata yang baik, qaulan karima artinya perkataan yang mulia, qaulan layina artinya perkataan yang menyentuh hati, qaulan maisura artinya perkataan yang jelas dan tegas. Prinsip-prinsip komunikasi Islam tersebut memainkan peran penting dalam mendukung penyampaian dakwah yang efektif kepada mad'u (penerima dakwah).⁴

Dakwah adalah upaya mengajak orang lain untuk mengikuti ajaran Islam. Dalam dakwah, kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi sangatlah krusial. Islam mengajarkan bahwa setiap muslim memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan ajaran Islam. Oleh karena itu, setiap muslim harus bisa menyampaikan pesan-pesan Islam dengan jelas dan benar. Kesalahan dalam menyampaikan pesan dapat berdampak buruk

⁴Anita Ariani, “Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran,” *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 10, <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1782>.

bagi perkembangan Islam. Istilah dakwah dikenal juga dengan amar ma'ruf nahyi mungkar artinya menyuruh yang baik mencegah yang mungkar. Konsep amar ma'ruf nahyi mungkar maksudnya menyuruh orang lain berbuat kebaikan dan meninggalkan kejahanan. Tugas ini dalam islam tidak hanya dibebankan kepada para da'i atau muballig saja, tetapi kewajiban setiap umat Islam (QS. 104: 1-4).⁵

Fenomena dakwah saat ini mengalami transformasi yang terlihat jelas, yaitu melalui media sosial. Transformasi ini telah dimanfaatkan secara optimal untuk menyebarkan informasi dakwah lebih luas, sebagai upaya untuk menyuarakan syariat Islam di kalangan generasi milenial. Berdakwah di media sosial sangat penting untuk memberikan gambaran yang positif agar mad'u tertarik untuk mendengarkan.

Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah memungkinkan interaksi dua arah antara penyuluh agama dan audiens. Ini menciptakan ruang bagi dialog terbuka, di mana masyarakat dapat bertanya dan mendapatkan klarifikasi mengenai isu-isu terkait judi online dan nilai-nilai agama.⁶ YouTube telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di Indonesia, terutama pada tahun 2023.⁷ Platform ini tidak hanya digunakan untuk menonton video, tetapi juga untuk membentuk

⁵Husnun Nurhana and Ikin Asikin, “Nilai Pendidikan Terhadap Amar Ma ’ Ruf Nahyi Munkar Dalam QS Ali Imran 104,” 2024, 37–42.

⁶ Yuli Arinta Dewi & Yusti Triwanti, “Jurnal Social Library,” *Jurnal Social Library* 4, no. 2 (2024): 324–31,

<https://scholar.archive.org/work/26zcw7soi5dkbdnjf6arhi66rm/access/wayback/http://penelitimuda.com/index.php/SL/article/download/78/pdf>.

⁷ admin@seo, “Statistik Penggunaan Media Sosial Di Indonesia 2019-2023,” kaptenseo.com, 2023, <https://kaptenseo.com/statistik-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2019-2023/>.

komunitas baru, berinteraksi di kolom komentar, dan meramaikan live streaming. YouTube memiliki hingga 139 juta pengguna aktif di Indonesia, yang melebihi setengah dari populasi Indonesia sendiri.⁸ Dengan pengaplikasian yang mudah dan beragam, konten kreator YouTube memainkan peran penting dalam menggunakan YouTube sebagai media dakwah, salah satunya Ferry Irwandi yang memiliki *Channel* resmi di YouTube.

Ferry Irwandi, seorang content creator yang terkenal di platform YouTube, memiliki kemampuan unik dalam mengkomunikasikan pesan dakwah melalui konten di *Channel* YouTube pribadinya @ferryirwandi. *Channel* YouTube Ferry Irwandi memiliki 987 ribu subscriber dan konten terkait judi online yang berjumlah 5 konten (sejak penelitian ini dilakukan). Membuat konten mudah dipahami oleh penonton. Dengan cara ini, dia dapat menyampaikan pesan-pesan moral dan sosial dalam bentuk yang menarik dan mudah diingat. Latar belakang pendidikan dan pekerjaannya sebagai akuntan di Kementerian Keuangan juga telah memberikan pengalaman yang berharga dalam membuat konten yang edukatif dan relevan. Pengalaman pribadinya, termasuk kehidupan keluarga dan pekerjaan, mungkin telah mempengaruhi pandangannya dan cara berkomunikasinya melalui konten-kontennya.

⁸Ari Hendrawan and Enny Itje Sela, “Analisis Sentimen Komentar Youtube Tentang Resesi Global 2023 Menggunakan LSTM,” *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2024): 587–93, <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.526>.

Sebagai *content creator*, Ferry Irwandi sering melakukan riset dan mendalami betul materi konten yang dibawakan. Gaya komunikasi dan isi pesan yang ingin disampaikan perlu dipertimbangkan dengan cermat agar pesan tersebut sesuai dengan harapan. Ferry Irwandi menggunakan kemampuan storytelling yang membuat penonton merasa seperti diajak ngobrol dan masuk ke dalam frame bersamanya. Selain edukatif, konten-konten Ferry Irwandi juga sangat inspiratif. Ia sering memberikan motivasi tentang kehidupan dan mengakui bahwa kegagalan adalah bagian dari proses belajar. Hal ini membuatnya dikenal sebagai sosok yang memotivasi dan menginspirasi.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, penulis tertarik untuk memberikan analisis dan pandangan mengenai gaya komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ferry Irwandi di saluran YouTube pribadinya (@ferryirwandi). Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif deskriptif, menggunakan pendekatan teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Robert W. Norton.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari pemaparan di atas “Apa gaya komunikasi dakwah yang digunakan Ferry Irwandi dalam upaya menangani kasus judi online melalui *Channel Youtube*?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja komunikasi dakwah yang digunakan Ferry Irwandi dalam upaya menangani kasus judi online melalui *channel* Youtube.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan positif dalam memperluas pengetahuan, terutama bagi institusi akademis Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas wawasan pengetahuan bagi para pembaca, serta akademisi, praktisi, dan pemikir dari berbagai perspektif mengenai gaya komunikasi.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka bagi seorang peneliti sangat penting dalam mencari tempat untuk berpijak yang kokoh sehingga acuan-acuan yang digunakan dalam penelitian sesuai dengan bidang yang hendak dikaji.⁹

⁹ Perdy Karuru, “Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian,” *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 1 (2013): 1–9, <http://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jkip/article/view/149>.

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Assyifa Qolbi S., mahasiswi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta pada tahun 2019 berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat dalam Berdakwah”.¹⁰ Penelitian ini mengangkat tema tentang gaya komunikasi yang efektif yang seharusnya diterapkan oleh para pendakwah agar pesan dakwah yang disampaikan menarik bagi komunikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menjelaskan gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat dalam berdakwah, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif serta pendekatan analisis isi dan teori gaya komunikasi dari Kreitner dan Kinicki. Objek penelitian ini adalah dakwah Ustadz Adi Hidayat secara umum, dengan data yang diambil dari YouTube, khususnya dua video berjudul “Kajian Umum Kajian Musyawarah” dan “Tabligh Akbar Banten yang Berakhlaqlul Karimah.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya dakwah Ustadz Adi Hidayat lebih cenderung menggunakan gaya komunikasi yang tegas dengan konteks rendah.

Kedua, Skripsi yang ditulis oleh Tuti Alawiyah, mahasiswi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada tahun 2022 berjudul “Analisis Gaya Komunikasi Habib Husen Ja’far Al-Hadar dalam Konten YouTube Pemuda Tersesat”.¹¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji gaya komunikasi Habib Husen

¹⁰Assyifa Qolbi. S, “Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah,” *Hikmah* 17, no. 1 (2023): h.1-5., <http://jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id/index.php/Hik/article/view/6825>.

¹¹Tuti Alawiyah Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam, “Analisis Gaya Komunikasi Habib Husein Ja’far Al-Hadar Dalam Konten Youtube ‘Pemuda Tersesat’ skripsi Diajukan Oleh,” 2022.

Ja'far dalam konten YouTube. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teori dari Robert W. Norton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang diterapkan oleh Habib Husen Ja'far Al-Hadar dalam konten YouTube Pemuda Tersesat mencakup gaya animasi (*expressive*), gaya terbuka (*open*), gaya santai (*relaxed*), gaya berkesan (*impression leaving*), gaya bersahabat (*friendly*), gaya dominan (*dominant style*), gaya dramatis (*dramatic style*), gaya atentif (*attentive style*).

Ketiga, Skripsi yang ditulis oleh Zumrotus Sa'adah, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2024 berjudul “Gaya Komunikasi Dakwah Ning Umi Laila Pada Live Comal Pemalang”.¹² Penelitian ini mengangkat topik mengenai pentingnya gaya komunikasi sebagai cara khas individu untuk memahami maksud dan respon dari orang yang diajak berkomunikasi. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi yang digunakan oleh Ning Umi Laila dalam menyampaikan pesan dakwah. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan teori terministic screen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Ustadz Solmed cenderung mengarah pada gaya komunikasi konteks rendah, yang ditandai dengan penyampaian yang jelas, lugas, tulus, dan santun. Selain itu, terdapat perpaduan antara aspek positif dari gaya komunikasi konteks

¹² Zumrotus, “Gaya Komunikasi Dakwah Ning Umi Laila Pada Live Comal Pemalang,” 2024, hlm. 53.

tinggi dan rendah, yang tercermin dalam ketulusan, kejernihan, keterbukaan, keterusterangan, kesederhanaan, dan kesantunan dalam berbicara.

Keempat, Jurnal Komunikasi dan Dakwah berjudul “Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yufida dalam Menyampaikan Pesan Dakwah” yang ditulis oleh Nur Pita Saputri dan Moh. Slamet, diterbitkan pada tahun 2023 di Jurnal Spektra Komunika milik Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Hasyim Asy’ari Jombang.¹³ Membahas gaya komunikasi serta dampak penyampaian dakwah Ustadz Toni Yufida dalam pengajian di Desa Delima Jaya, Kecamatan Kerinci Kanan, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan merujuk pada teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Hafied Canggara, Steward L. Tubbs, dan Sylvia Mos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang diterapkan oleh Ustadz Toni Yufida adalah gaya komunikasi yang tegas dalam konteks pasif. Dampak dari dakwah yang disampaikan terlihat dari kemampuan masyarakat untuk mengambil banyak hikmah yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan dari kajian penelitian terdahulu yang relevan tersebut, penelitian ini memiliki kesamaan dengan keempat kajian diantaranya meneliti masing-masing menggunakan metode penelitian kualitatif

¹³Nur Pita Saputri and Moh Slamet, “Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yufida Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah,” *Spektra Komunika* 2, no. 2 (2023): 208–20, <https://doi.org/10.33752/v2i2.4734>.

deskriptif dan mengenai gaya komunikasi dakwah, namun tentunya berbeda teori yang digunakan dan juga berbeda objek penelitiannya, yaitu belum ada penelitian yang membahas tentang gaya komunikasi dakwah dari Ferry Irwandi. Selain itu penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan satu kajian kedua yang mengacu pada teori gaya komunikasi dari Robert W. Norton. Secara lebih rinci, penelitian ini mengkaji bagaimana seorang ustadz menyampaikan pesan dakwah melalui konten video.

F. Kerangka Teori

1. Gaya Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin "communis," yang berarti memiliki maksud yang sama. Aktivitas komunikasi pada dasarnya adalah upaya untuk menemukan kesamaan antara individu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah proses pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih, sehingga pesan tersebut dapat dipahami; ini juga mencakup hubungan dan kontak. Dengan demikian, komunikasi terjadi ketika terdapat kesamaan makna pesan antara komunikator dan komunikan.¹⁴

¹⁴Uchjana Effendi Onong, "Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi PT," *Citra Aditya Bakti*, Bandung, 2003.

Menurut para ahli, komunikasi didefinisikan sebagai berikut:

- 1) Carl I. Hovland menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses di mana individu mentransmisikan stimulus untuk mempengaruhi perilaku individu lain.
- 2) Sasa Djuarsa Senjaja menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana pesan dibuat, dikirim, diterima, dan diproses oleh satu orang atau lebih dengan tujuan tertentu.¹⁵
- 3) Prof. Dr. Alo Liliweri menyatakan bahwa komunikasi adalah proses pengalihan pesan dari satu sumber kepada penerima agar dapat dipahami.¹⁶
- 4) Shannon dan Weaver mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lain.¹⁷
- 5) Lasswell mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana komunikator mengirimkan pesan kepada komunikan melalui media tertentu dengan dampak yang spesifik.¹⁸

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan, informasi, atau

¹⁵ Sasa Djuarsa Sendjaja and Pengantar Komunikasi, “Universitas Terbuka” (Jakarta, 1999).

¹⁶ Alo Liliweri, “Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan,” 2022.

¹⁷ B Aubrey Fisher, “Teori-Teori Komunikasi,” *Bandung: Remaja Karya*, 1986.

¹⁸ Onong Uchjana Effendy, “Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek,” 2011.

berita kepada satu orang atau lebih melalui berbagai media, dengan tujuan agar orang lain ikut terlibat, terpengaruh, berpartisipasi, atau bertindak sesuai dengan tujuan, harapan, dan isi pesan yang disampaikan. Komunikasi dianggap efektif jika semua pihak yang terlibat memiliki pemahaman yang sama terhadap arti atau simbol dan mengetahui apa yang sedang dikomunikasikan. Jika tidak demikian, maka tujuan komunikasi dapat gagal tercapai.

b. Pengertian Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi (*communication style*) adalah cara atau perilaku seseorang dalam menyampaikan ide dan gagasan, dengan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada komunikasi. Secara singkat, ini merujuk pada cara seseorang berkomunikasi dengan orang lain. Gaya yang dimaksud dapat berupa tipe verbal, yang mencakup vokal, bahasa tubuh, penggunaan waktu, serta penggunaan ruang dan jarak.¹⁹

Mengacu pada pendapat para ahli, terdapat beberapa definisi mengenai gaya komunikasi, antara lain:

- 1) Menurut Norton, gaya komunikasi adalah cara seseorang berinteraksi baik secara verbal maupun

¹⁹Mahfudlah Fajrie, *Budaya Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah: Melihat Gaya Komunikasi Dan Tradisi Pesisiran* (Penerbit Mangku Bumi, 2016).

nonverbal, untuk memberikan petunjuk tentang bagaimana makna sebenarnya harus dipahami.²⁰

- 2) Menurut Alo Liliweri dalam bukunya "Komunikasi Serba Ada Serba Makna," gaya komunikasi menjelaskan cara kita berperilaku saat mengirim pesan.²¹
- 3) Raynes mendefinisikan gaya komunikasi sebagai kombinasi dari elemen-elemen komunikasi lisan dan ilustratif, yaitu pesan-pesan verbal yang diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencerminkan gaya komunikasi, termasuk nada dan volume dari semua pesan yang disampaikan.²²

Dari penjelasan beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa teori gaya komunikasi berfungsi sebagai perangkat perilaku antarpribadi yang muncul dalam situasi tertentu. Setiap individu akan menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan keadaan yang dihadapi, seperti saat marah, sedih, bahagia, bosan, menangis, atau antusias. Demikian pula, cara seseorang berbicara kepada teman dekat, orang yang baru dikenal, orang yang lebih tua, atau anak-anak akan berbeda-

²⁰Ester Priscilla Lady Padaga and Lamria Raya Fitriyani, "Gaya Komunikasi Ps. Christofer Tapiheru Dalam Membentuk Personal Branding," *Scriptura* 11, no. 1 (2021): 26–34, <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.26-34>.

²¹Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Kencana, 2010).

²²Lady Padaga and Fitriyani, "Gaya Komunikasi Ps. Christofer Tapiheru Dalam Membentuk Personal Branding."

beda. Setiap gaya komunikasi terdiri dari berbagai perilaku yang digunakan untuk mendapatkan umpan balik atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu. Kesesuaian gaya komunikasi yang digunakan sangat bergantung pada menyampai pesan (*sender*) dan harapan dari penerima pesan (*receiver*).

c. Macam-macam Gaya Komunikasi

Salah satu ahli komunikasi, Norton, mengklasifikasikan gaya komunikasi menjadi sepuluh jenis:²³

- 1) Gaya Dominan (*Dominant Style*), komunikator cenderung lebih banyak berbicara dan berusaha menguasai lawan bicaranya.
- 2) Gaya Dramatis (*Dramatic Style*), ditandai dengan cara berkomunikasi yang berlebihan, menggunakan kiasan, metafora, fantasi, serta memainkan suara secara berlebihan.
- 3) Gaya Animasi (*Animated Expressive*), komunikator lebih banyak menggunakan bahasa nonverbal seperti kontak mata, gerakan tangan, gerak tubuh, dan ekspresi wajah.
- 4) Gaya Terbuka (*Open Style*), komunikator bersikap transparan tanpa menyembunyikan apapun, bahkan bisa

²³Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*.

sangat blak-blakan, sehingga menciptakan rasa percaya diri dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah.

- 5) Gaya Argumentatif (*Argumentative Style*), komunikator cenderung lebih suka berdebat dan bersikap agresif dalam argumennya
- 6) Gaya Santai (*Relaxed Style*), menggambarkan seorang komunikator yang tenang, santai, sabar, ceria, serta sering tersenyum dan tertawa saat berkomunikasi.
- 7) Gaya Bersahabat (*Friendly Style*), komunikator menunjukkan keramahan, kedekatan, sikap ramah tamah, saling mendukung, serta kesopanan terhadap komunikasi.
- 8) Gaya Atentif (*Attentive Style*), seseorang berkomunikasi dengan menjadi pendengar yang aktif, menunjukkan empati dan simpati, serta memberikan perhatian penuh kepada orang lain.
- 9) Gaya yang Tepat (*Precise Style*), komunikator lebih fokus pada penelitian, dokumentasi, dan bukti dalam informasi atau argumen. Dalam hal ini, komunikator cenderung meminta untuk membahas konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lainnya.

10) Gaya Berkesan (*Impression Leaving*), kemampuan komunikator untuk membuat pendengarnya terkesan. Comstock dan Higgins mengkaji gaya komunikasi yang diungkapkan oleh Norton dengan mengklasifikasikannya ke dalam empat kategori, yaitu:

- 1) Gaya Kooperatif (*Cooperative Style*), menggabungkan orientasi sosial dan tugas. Komunikator dengan gaya ini mudah diajak bekerja sama, senang membantu orang lain, dan cenderung mudah dipengaruhi oleh orang lain.
- 2) Gaya Prihatin (*Apprehensive Style*), relatif ramah tetapi selalu menunjukkan kecemasan dan kepatuhan.
- 3) Gaya Sosial (*Social Style*), yang digambarkan sebagai gaya yang ekspresif, dominan, dramatis, dan tepat.
- 4) Gaya Kompetitif (*Competitive Style*), merupakan gaya yang tepat atau standar, ekspresif, tidak terbuka terhadap masalah pribadi, dan lebih cenderung untuk tampil dominan serta berargumen. Komunikator dengan gaya ini cenderung lebih sulit untuk dikendalikan oleh orang lain.²⁴

Secara teoritis, dalam buku Deddy Mulyana, Edward T. Hall mengklasifikasikan gaya komunikasi berdasarkan konteks

²⁴Liliweri.

budaya menjadi dua kategori: gaya komunikasi konteks tinggi dan gaya komunikasi konteks rendah. Individu yang berkomunikasi dengan konteks tinggi cenderung berbicara dengan lembut, tidak langsung, dan sering memulai dengan basa-basi sebelum menyentuh inti masalah (implisit). Tujuannya adalah untuk menjaga kesetaraan dalam kelompok dan menghindari konflik, sehingga tidak menyinggung perasaan orang lain. Budaya komunikasi konteks tinggi biasanya bersifat tertutup dan cenderung curiga terhadap orang baru.²⁵ Di sisi lain, gaya komunikasi konteks rendah umumnya digunakan oleh orang-orang dengan pola pikir sejalan, dan gaya ini cepat serta mudah berubah karena tidak memperhatikan kelompok.²⁶

2. Komunikasi Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, dakwah berarti seruan, ajakan, memanggil, dan hidangan. Dalam istilah, para ahli mendefinisikan dakwah sebagai berikut:

Toha Yahya Omar menjelaskan dalam bukunya bahwa dakwah adalah usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana

²⁵Deddy Mulyana, "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar," 2002.

²⁶Deddy Mulyana, "Komunikasi Efektif," Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004.

untuk mengikuti perintah Tuhan demi keselamatan dan kebahagiaan di dunia serta akhirat.²⁷

M. Natsir mendefinisikan dakwah sebagai berbagai upaya untuk menyeru atau menyampaikan konsep Islam mengenai pandangan hidup dan tujuan manusia di dunia, termasuk al-amar bi al-ma'ruf an-nahyu an-munkar, dengan cara dan media yang sesuai dengan akhlak serta membimbing pengalaman dalam kehidupan sosial dan bernegara.²⁸

Dari berbagai definisi dakwah yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengajak, membimbing, dan memanggil orang untuk taat kepada Allah dan Rasul-Nya dengan cara yang sesuai dengan prinsip akidah, syariah, dan akhlak Islamiyah. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui berbagai media dengan beragam metode, tergantung pada kepribadian pelaku dakwah itu sendiri.

b. Macam-macam Dakwah

Samsul Munir menyatakan dalam bukunya bahwa secara umum, dakwah Islam dapat dibagi menjadi tiga kategori²⁹

²⁷prodi Bimbingan dan Konseling Islam, “Pengertian Dakwah,” 2019.

²⁸Abdul Munir Mulkhan, “Ideologi Gerakan Dakwah,” *Yogyakarta: Sipress*, 1996.

²⁹Munir Amin Samsul, “Ilmu Dakwah,” *Jakarta: Amzah*, 2009.

1) Dakwah bil-lisan

Dakwah bil-lisan adalah metode dakwah yang dilaksanakan melalui bahasa lisan. Teknik ini telah lama digunakan oleh para da'i dalam pelbagai aktivitas, seperti pengajian, ceramah, pertemuan taklim, dan khutbah di masjid-masjid. Dakwah bil-lisan memanfaatkan konsep-konsep komunikasi modern dalam perkembangannya, antara lain melalui media penyiaran seperti siaran radio, publikasi cetak, dan lain-lain.³⁰

2) Dakwah bil-hal

Dakwah bil-hal adalah metode dakwah yang dilakukan melalui tindakan nyata. Pendekatan ini lebih fokus pada memberikan teladan perilaku yang baik kepada jama'ah, seperti menyantuni anak yatim, bersedekah, mendirikan pesantren, membangun lembaga pendidikan berbasis Islam, serta memenuhi kebutuhan masyarakat lainnya.

3) Dakwah bil-qalam

Dakwah bil-qalam adalah metode dakwah yang dilakukan melalui tulisan, yang dapat berupa buku, majalah, koran, atau blog di internet. Dakwah melalui tulisan tidak terikat oleh waktu, sehingga dapat diakses kapan saja dan di mana saja, serta memiliki jangkauan

³⁰Munir Amin, “Samsul. Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam” (Jakarta: Amzah, 2008).

audiens yang luas. Bentuk penyajiannya juga bervariasi, mulai dari buku-buku Islam, cerita, novel, dan banyak lainnya.

c. Pengertian Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi dari individu atau kelompok kepada individu atau kelompok lain, yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist. Proses ini menggunakan simbol-simbol, baik verbal maupun nonverbal, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pandangan, atau perilaku orang lain agar lebih sesuai dengan ajaran Islam. Penyampaian ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui berbagai media.³¹

Komunikasi dakwah juga dapat dipahami sebagai upaya komunikator, seperti Ustadz, Ulama, Kyai, Buya, atau Mubalig, dalam menyampaikan pesan-pesan dari Al-Quran dan Hadist kepada masyarakat. Tujuannya adalah agar umat dapat mengetahui, memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran tersebut dalam kehidupan sehari-hari serta menjadikan Al-Quran dan Hadist sebagai pedoman dan dasar hidup mereka.

Secara umum, komunikasi dakwah adalah proses penyebaran pesan dakwah yang dilakukan secara sengaja oleh

³¹Ilaihi Wahyu, "Komunikasi Dakwah," *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 2010.

komunikator (Da'i) kepada komunikan (Mad'u) dengan tujuan untuk memperbaiki perilaku komunikan. Penyebaran ajaran Islam dapat dilakukan oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja, serta melalui berbagai media dengan cara yang bijak dan damai, tanpa paksaan, dan berasal dari kesadaran masing-masing mad'u. Inilah salah satu fungsi dari komunikasi dakwah. Oleh karena itu, dakwah Islam dilakukan dengan pendekatan yang persuasif.³² Penyebaran ajaran Islam dapat dilakukan oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja, serta melalui berbagai media dengan cara yang bijak dan damai, tanpa paksaan, dan berasal dari kesadaran masing-masing mad'u. Inilah salah satu fungsi dari komunikasi dakwah. Oleh karena itu, dakwah Islam dilakukan dengan pendekatan yang persuasif.

Tujuan komunikasi dakwah tidak terlepas dari prinsip-prinsip yang mendasari komunikasi dan dakwah itu sendiri. Secara umum, tujuan komunikasi dakwah adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Islam. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap ajaran Islam, diharapkan mereka akan terhindar dari sikap dan perilaku yang kurang baik..³³

³²Wahyu.

³³Abdullah Dzikron, "Metodologi Dakwah (Diktat Kuliah)," Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1998.

3. Media Massa

a. Pengertian Media Massa

Hafied Cangara menyatakan bahwa media berfungsi sebagai alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada audiens. Sementara itu, media massa didefinisikan sebagai alat yang digunakan untuk mentransmisikan pesan dari sumber kepada khalayak melalui berbagai sarana komunikasi, seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Istilah media massa juga mencakup cara terorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan menjangkau banyak orang dalam waktu singkat.³⁴ Istilah media massa juga mencakup cara terorganisir untuk berkomunikasi secara terbuka dan menjangkau banyak orang dalam waktu singkat³⁵

b. Fungsi Media Massa

Secara umum fungsi media massa sebagai berikut:

1) Informasi

Fungsi media massa dalam menyebarkan informasi kepada pembaca, pendengar, atau pemirsa menunjukkan bahwa media massa berperan sebagai penyebar informasi. Sebagai makhluk sosial,

³⁴Hafied Cangara, “Pengantar Ilmu Komunikasi Rajawali Pers” (Jakarta, 2010).

³⁵Soyomukti Nurani, “Pengantar Ilmu Komunikasi Jogjakarta,” *Ar-Ruzz Media*, 2010.

masyarakat memiliki rasa ingin tahu yang besar tentang peristiwa yang terjadi di sekitarnya.³⁶

2) Edukasi

Media massa berfungsi sebagai alternatif pendidikan bagi audiensnya, karena banyak menyajikan berbagai informasi dan konten yang bermanfaat dan bersifat mendidik. Salah satu cara media massa mendidik pemirsanya adalah dengan mengajarkan nilai-nilai, etika, serta norma-norma yang berlaku kepada penonton atau pembaca.

3) Hiburan

Sebagian besar media massa memiliki fungsi sebagai sumber hiburan, termasuk televisi. Sekitar 75% dari program yang ditayangkan di televisi berfokus pada hiburan. Tujuan utama dari tayangan ini adalah untuk meredakan stres penonton, karena membaca berita ringan atau menonton acara hiburan di televisi dapat menyegarkan pikiran mereka.³⁷

c. Macam-macam Media Massa

Berdasarkan kategorinya, media massa dibagi menjadi dua tipe, yaitu media cetak dan media elektronik. Contoh media cetak meliputi koran, majalah, buku, dan tabloid. Di sisi lain,

³⁶Elvinaro Ardianto, "Komunikasi Massa: Suatu Pengantar," 2012.

³⁷Ardianto.

media elektronik mencakup radio, televisi, dan internet. Setiap jenis media massa memiliki karakteristik unik, sehingga pengguna perlu menyesuaikan diri dengan sifat-sifat tersebut.

Baik media cetak maupun elektronik memiliki keunggulan dalam hal jangkauan yang luas. Berdasarkan jenisnya, media massa dapat dikelompokkan menjadi dua kategori utama, yaitu media cetak dan media elektronik. Pembagian ini didasarkan pada cara penyampaian informasi dan bentuk fisik dari media tersebut. Masing-masing jenis media ini memiliki ciri khas, keunggulan, dan kelemahan yang membedakan satu sama lain, yang memengaruhi cara penyampaian pesan

kepada audiens atau masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi pengguna atau pengelola media untuk memahami sifat khusus dari masing-masing jenis media ini agar dapat menggunakan media secara efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan.

Media Cetak adalah jenis media yang menggunakan kertas sebagai sarana untuk menyampaikan informasi. Media cetak ini mencakup berbagai format seperti koran (surat kabar), majalah, buku, dan tabloid. Koran dan surat kabar, misalnya, sering kali diterbitkan setiap hari atau mingguan, dan berfungsi untuk memberikan berita terkini, informasi mengenai peristiwa yang terjadi di masyarakat, serta opini-opini terkait isu-isu sosial, politik, ekonomi, dan budaya.

Media Elektronik, di sisi lain, mencakup segala bentuk media yang menggunakan teknologi elektronik dalam proses penyampaian informasi. Contoh utama dari media elektronik adalah radio, televisi, dan internet. Radio, yang telah ada sejak abad ke-20, menggunakan gelombang radio untuk menyebarkan suara dan informasi kepada audiens. Radio sering kali menjadi pilihan bagi mereka yang ingin mengakses informasi saat dalam perjalanan atau ketika tidak memiliki akses visual, karena radio menyampaikan pesan melalui suara saja. Televisi, sebagai media elektronik visual, memungkinkan audiens untuk melihat gambar bergerak yang disertai dengan suara, sehingga menyajikan informasi dengan cara yang lebih menarik dan mendalam. Dengan kemampuan untuk menggabungkan elemen visual dan audio, televisi menjadi media yang sangat efektif untuk menyampaikan berita, hiburan, iklan, dan berbagai jenis program lainnya.

Internet, sebagai bentuk terbaru dan paling dinamis dari media elektronik, memungkinkan audiens untuk mengakses informasi secara global melalui platform digital. Melalui internet, informasi dapat disebarluaskan dengan cepat dan bisa diakses oleh siapa saja, kapan saja, di mana saja, baik melalui situs web, media sosial, blog, maupun video streaming. Keunggulan terbesar dari media elektronik adalah

kemampuannya untuk menyebarluaskan informasi secara cepat dan dengan jangkauan yang sangat luas. Dengan internet, informasi tidak terbatas oleh ruang dan waktu, dan dapat menjangkau audiens yang sangat besar, bahkan di daerah-daerah terpencil sekalipun.

Meskipun baik media cetak maupun media elektronik memiliki keunggulan dalam hal jangkauan yang luas, masing-masing jenis media ini memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda, yang memengaruhi cara informasi disampaikan dan diterima oleh audiens. Media cetak cenderung lebih statis dan membutuhkan waktu untuk proses produksi dan distribusi, tetapi tetap memiliki keunggulan dalam memberikan informasi yang lebih rinci dan dalam bentuk yang lebih permanen. Di sisi lain, media elektronik, terutama internet, menawarkan kecepatan dalam penyampaian informasi dan memungkinkan interaksi yang lebih langsung antara pengirim pesan dan audiens melalui berbagai platform digital.

4. Youtube

YouTube adalah platform media sosial yang menyediakan video secara online, di mana berbagai jenis video disimpan dan dapat diakses oleh siapa saja di mana saja selama terhubung dengan internet. Setiap orang dapat mengunggah video secara gratis dengan memiliki akun Google sebagai akun YouTube

pribadi. YouTube didirikan pada Maret 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang merupakan mantan karyawan PayPal. Salah satu keunggulan YouTube dibandingkan situs video lainnya adalah kebebasan dalam durasi video, yang memungkinkan variasi panjang video yang diunggah. Semua pengguna dapat mengunggah konten tanpa biaya, asalkan mereka memiliki akun Google yang terhubung. Oleh karena itu, YouTube menawarkan banyak manfaat dan kegunaan, karena semua orang dapat menggunakan sebagai sumber informasi yang luas.³⁸

YouTube adalah media yang paling luas dalam menyebarkan informasi dan konsep baru dalam komunikasi yang memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat. Sebelum kehadiran YouTube, masyarakat mengandalkan informasi berbasis audio visual dari televisi, yang memiliki jadwal tayang tetap. Dalam hal ini, masyarakat tidak memiliki kebebasan untuk memilih waktu tayang informasi sesuai keinginan mereka, melainkan harus menyesuaikan diri dengan jadwal acara. Berbeda dengan YouTube, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja selama ada koneksi internet. Para pengguna dapat mengunggah, menonton, berbagi video secara gratis. konten video yang terdapat dalam YouTube biasanya seperti

³⁸Drs. Radjikan Vitrotul Mu’affa., Dr. Joko Widodo., “Retorika Retorika,” *Efektivitas Kinerja Pegawai Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Kecamatan Tenggilis Mejoyo Kota Surabaya 7482*, no. June (2024): 114–35.

video klip, film, tv, serta video buatan para pengguna YouTube sendiri³⁹

5. Intonasi

Intonasi menjadi hal penting dari parameter linguistik untuk dianalisis. Dalam sebuah proses komunikasi penyampaian pesan dibawa oleh gelombang suara dari komunikator. Selain itu juga gelombang suara akan membawa karakter vokal dan juga emosi komunikator. Dengan adanya perbedaan intonasi yang diberikan komunikator, lawan bicaranya akan menerima pesan dan disini juga akan timbul interaksi antara keduanya. Interaksi tersebut akan muncul ketika intonasi-intonasi dasar, yaitu intonasi pertanyaan, intonasi perintah dan intonasi pernyataan dikemukakan kedua belah pihak.⁴⁰

Oh Suh Hyang dalam bukunya mengemukakan bahwa seseorang menggunakan intonasi suara yang berbeda-beda ketika berbicara akan meningkatkan konsentrasi lawan bicaranya.⁴¹ Kridalaksana mengemukakan bahwa intonasi merupakan bentuk perubahan nada saat berbincang ketika melafalkan kalimat dan

³⁹Vitrotul Mu’affa., Dr. Joko Widodo.

⁴⁰I Nyoman Kusuma Wardana and I Gede Harsemadi, “Identifikasi Biometrik Intonasi Suara Untuk Sistem Keamanan Berbasis Mikrokomputer,” *Jurnal Sistem Dan Informatika* 9, no. 1 (2014): 29–39, <https://www.jsi.stikom-bali.ac.id/index.php/jsi/article/view/35/43>.

⁴¹Oh Su Hyang, *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi Yang Efektif* (Bhuana Ilmu Populer, 2021).

bagian lainnya. Dalam bahasa Indonesia intonasi sendiri memiliki peran penting untuk membedakan maksud dalam suatu kalimat.

Sanusi pada tahun 2013 mengemukakan bahwa hal yang harus diperhatikan ketika menggunakan sebuah intonasi adalah naik turun suara yang tepat, dimana tepat dalam hal ini adalah selaras dengan maksud pesan yang dalam kalimat yang disampaikan agar tidak menjemuhan dan tidak terkesan monoton.⁴² Intonasi secara umum dibagi menjadi 3 jenis, yaitu sebagai berikut:

- a. Intonasi Dinamik : intonasi dinamik merupakan keras lembutnya nada yang digunakan seseorang dalam mengucapkan sesuatu. Intonasi dinamik ini merupakan tekanan keras dalam kata yang diucapkan agar bisa membedakan arti dalam setiap suku kata.
- b. Intonasi Nada (Tinggi) : intonasi nada merupakan sebuah tekanan yang berada pada tinggi rendahnya sebuah suara. Ketika suara tinggi akan mencerminkan keriangan, takjub, marah. Sedangkan untuk suara rendah menggambarkan kesedihan, ragu, pasrah, putus asa, dll.
- c. Intonasi tempo : merupakan keceptan atau cepat lambatnya seseorang dalam mengucapkan kata maupun suku kata.

⁴²Dwi Kurniawan, Eka Sofia Agustina, and Nurlaksana Eko Rusminto, “Kemampuan Berbicara Siswa Kelas V SD Negeri 1 Margamulya Lampung Selatan,” *Jurnal Kata: Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya* 6, no. 4 Sep (2018).

Tekanan disini kerap digunakan untuk mempertegas maksud seseorang dalam mengucapkan sesuatu.⁴³

6. Audio

Audio merupakan reproduksi suara, bisa disebut juga gelombang suara. Gelombang suara sendiri tercipta karena adanya getaran dari sebuah benda. Contoh kecil seperti petikan senar gitar yang mengakibatkan gitar bergetar sehingga merambat ke material seperti udara, air, dll. Gelombang suara mempunyai lembah dan bukit yang akan memunculkan satu periode suara dari satu lembah dan satu bukitnya. Ketika hal ini terjadi berulang-ulang akan memunculkan konsep yang bernama frekuensi setiap satu detik siklus tersebut terjadi. Frekuensi memiliki satuan yaitu Hertz (Hz). Sesuai dengan batasan sinyal audio manusia bisa mendengarkan bunyi dalam skala minimal 20 Hz sampai maksimal 20 KHz atau 20.000Hz. Macam-macam audio meliputi Audio Visual, Audio Streaming, dan Adio Modem Riser (AMR).⁴⁴

G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk

⁴³Rifda A, “Pengertian Intonasi: Macam, Jenis, Dan Tekniknya,” Dramedia Blog, 2021, <https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-intonasi/>.

⁴⁴Septian Tri Wahyudi, “Aplikasi Spectrum Analyzer Untuk Menganalisa Frekuensi Sinyal Audio Menggunakan Matlab” (Riau University, 2015).

memberikan gambaran fakta-fakta tentang masalah yang diteliti seperti kenyataannya, selain itu menggambarkan situasi yang ingin dipecahkan.⁴⁵ Creswell (1998) mengemukakan pendekatan kualitatif merupakan proses penelitian berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi alami.⁴⁶

Adapun alasan peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena bermaksud untuk meneliti secara mendalam, medeskripsikan keadaan yang akan diamati berdasarkan teori “*Communication Style*” yang dikemukakan Norton pada tahun 1983, gaya komunikasi dibagi menjadi sepuluh, yaitu gaya dominan (*dominan style*), gaya dramatis (*dramatic style*), gaya animasi (*animated expressive*), gaya terbuka (*open style*), gaya argumentatif (*argumentative style*), gaya santai (*relaxed style*), gaya bersahabat (*friendly style*), gaya atentif (*attentive style*), gaya yang tepat (*precise style*), gaya berkesan (*impression leaving style*). Penggunaan teori tersebut bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah Ferry Irwandi dalam menangani kasus Judi Online melalui *Channel Youtube*.

⁴⁵ Marzuki, “Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (Ylpi) Riau Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Komunikasi,” 2019, 1–86, <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/1845>.

⁴⁶ Eko Murdiyanto, Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif), Yogyakarta Press2020,http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.docx, diakses 11 Desember 2023.

2. Subjek dan objek Penelitian

Berdasarkan judul dan latar belakang penelitian, subjek dari penelitian ini adalah video terkait kasus judi online. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah gaya komunikasi dakwah Ferry Irwandi dalam upaya menangani kasus Judi Online melalui

Channel Youtube

3. Sumber Data Penelitian

a. Data primer

Data primer merupakan data-data yang didapatkan secara langsung dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak terkompilasi ataupun berbentuk file-file.⁴⁷ Dengan begitu data primer dalam penelitian ini didapatkan dari objek penelitian itu sendiri. Dalam hal ini objek penelitian yang dijadikan sebagai data primer yaitu :

- Memuat video tentang upaya menangani kasus Judi Online
- Ferry Irwandi berperan sebagai pemateri dalam video.
- Memiliki viewers tertinggi dalam akun YouTube pribadinya
- Mengandung pesan dakwah, serta gaya komunikasi Ferry Irwandi

⁴⁷ Nuning Indah Pratiwi, "Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi Komunikasi," *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1, no. 2 (2017): 202–24.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data". Contohnya seperti dari orang lain atau dokumen-dokumen.⁴⁸ Data sekunder sendiri merupakan data pendukung keperluan data primer. Untuk data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari dokumen-dokumen jurnal yang berkaitan dengan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas.

Dengan objek penelitian tersebut, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi. Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis, berupa catatan peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti menggunakan video Ferry Irwandi yang berjudul “Solusi Efektif dan Realistik Meredam Judi Online” dalam akun YouTube “Ferry Irwandi” sebagai sumber dokumentasi untuk data sekunder penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, langkah paling strategis yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data adalah dengan menetukan teknik pengumpulan data menyesuaikan dengan

⁴⁸ Pratiwi.

penelitian yang dilakukan agar mendapatkan data dan memenuhi standar data kebutuhan dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini peniliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang dirasa sesuai kebutuhan data yang diperlukan, adapun teknik pengumpulan data tersebut sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi sendiri merupakan pengamatan yang dilakukan secara langsung kepada objek penelitian. Untuk observasi atau pengamatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara mencatat dan mengidentifikasi elemen penting dari video dakwah Ferry Irwandi yang terdapat dalam akun YouTube Ferry Irwandi.

b. Dokumentasi

Dokumentasi bertujuan untuk mendapatkan data secara langsung seputar penelitian meliputi buku-buku yang relevan, laporan kegiatan, foto, film documenter, dan berbagai data yang relevan dengan penelitian.⁴⁹

5. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini dimulai dengan menganalisis bagaimana pesan dakwah disampaikan oleh Ferry Irwandi dengan melihat cara berbicara yang terdapat dalam video di channel

⁴⁹ Buchari Alma, “Metode Dan Teknik Menyusun Tesis,” Bandung: Alfabeta, 2010.

Youtube pribadinya untuk melihat gaya komunikasi yang Ferry Irwansi terapkan dalam dakwahnya di channel Youtube pribadinya, Audio dan inotasi menjadi faktor untuk memperkuat analisis ini.

Analisis dilanjutkan pada pemahaman jenis komunikasi apa yang Ferry Irwandi sampaikan dalam gambar dan ucapan yang akan peneliti lampirkan pada penelitian ini. Selanjutnya penulis menggunakan teori Norton yang menekankan hasil analisis pada gaya-gaya komunikasi seperti *expressive style, open style, relaxed style, impression living, friendly style, dominan style, dramatic style, attentive style, argumentative, dan precise style.*

H. Sistematika Penulisan

1. BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian baik kegunaan akademis maupun praktis dalam bab ini juga dituliskan beberapa penelitian sebelumnya dengan judul dan isi penelitian yang setara pada bagian kajian pustaka. Kemudian kerangka teori sebagai arah untuk menganalisis, metode penelitian sebagai cara analisis, dan terakhir uraian menyeluruh terkait sistematika penulisan.

2. BAB II GAMBARAN UMUM

Pada bab ini akan dijelaskan lebih lengkap tentang profil Ferry Irwandi dan Channel Youtube pribadinya.

3. BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan secara rinci Bagaimana hasil analisis data yang diperoleh dari data yang sudah dikumpulkan serta dianalisis sesuai dengan langkah-langkah analisis.

4. BAB IV PENUTUP

Penutup dalam penelitian ini berusaha untuk merangkum keseluruhan dari penelitian dalam satu kesimpulan yang ringkas, mampu menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah dan menyajikan saran tentang penelitian.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan data yang ada dalam penelitian bahwa, Ferry Irwandi menggunakan gaya komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan tentang bahaya judi online melalui *Channel* YouTube. Melalui videonya, ia tidak hanya memberikan informasi mengenai dampak judi online, tetapi juga menyertakan solusi spiritual dan moral, mendorong audiens untuk menjauhi praktik tersebut.

Di sisi lain, gaya komunikasi non-verbal yang diterapkan, seperti ekspresi wajah, gerakan tangan, dan penggunaan visual yang menarik, juga berperan penting dalam menarik perhatian penonton dan menekankan pesan yang disampaikan. Interaksi dengan audiens melalui komentar dan tanggapan juga menunjukkan keberhasilan dalam menciptakan dialog yang konstruktif. Berdasarkan video yang dilakukan penelitian, dapat disimpulkan, yaitu gaya komunikasi yang digunakan oleh Ferry Irwandi didominasi dengan gaya dominan (*dominant style*) dan gaya animasi (*animated style*), yang dapat dilihat dari bagaimana ia menggunakan body language dalam kontennya serta bagaimana komunikasi yang dilakukan dengan satu arah tanpa adanya timbal balik, setelah itu gaya komunikasi sisanya adalah gaya dramatis (*dramatic*), gaya terbuka (*open*), gaya bersahabat (*Friendly*), gaya santai (*relaxed style*), gaya tepat (*precised*

style), gaya argumentatif (argumentative style), gaya atentif (attentive style), dan juga gaya berkesan (imprassion leaving).

1. Gaya komunikasi yang selalu digunakan oleh Ferry Irwandi dalam videonya adalah gaya komunikasi dominan (*dominant style*) yang dikolaborasikan dengan gaya komunikasi animasi (*animated style*), terlihat dari bagaimana Ferry Irwandi dalam videonya yang berjudul “Solusi Efektif & Realistik Meredam Judi Online” dalam video terlihat adanya momen dimana ia tidak melakukan timbal balik dengan pendengarnya,
2. Gaya dramatis terdapat juga dalam video Ferry Irwandi turut pula ada yang dimana ia menggunakan kata-kata yang menggunakan kiasan dan metafora dalam penyampaian materi yang dibawakannya, penggunaan kiasan ini menggambarkan bagaimana gaya dramatis diaplikasikan dalam penyampaian pesan.
3. Gaya terbuka digunakan oleh Ferry Irwandi disaat ia bertanya kepada audien sehingga terjalin suasana komunikasi secara dua arah, walaupun dapat dikatakan masih cenderung pasif.
4. Gaya argumentatif disaat Ferry Irwandi dengan secara aktif dan agresif mengatakan dan menyampaikan sesuatu yang bersifat penting kepada audien.
5. Gaya santai digunakan oleh Ferry Irwandi dengan penampilan yang dibawakannya, yang terlihat simpel dan santai.

6. Gaya tepat terlihat saat Ferry Irwandi memaparkan materi sesuai dengan sumber yang akurat dan tepat.
7. Gaya atentif terlihat saat Ferry Irwandi menggunakan bahasa yang hangat kepada para pendengarnya.
8. Gaya berkesan, ditunjukkan saat menggunakan kalimat pembuka yang khas dan sama dalam setiap video.
9. Dalam hal intonasi yang digunakan oleh Ferry Irwandi, ia menyampaikan materi dalam video dengan gaya komunikasi yang dipadukan dengan intonasi dinamik, tempo, dan pengaturan tinggi rendah.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti telah menganalisis gaya komunikasi dakwah Ferry Irwandi dalam menangani masalah judi online melalui channel YouTube. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran-saran yang berguna sebagai pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, terutama bagi peneliti selanjutnya.

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan kajian yang lebih mendalam mengenai gaya komunikasi, khususnya yang diterapkan melalui media. Selain itu, peneliti menyarankan agar mahasiswa program studi komunikasi dan penyiaran Islam yang berminat melakukan penelitian serupa untuk mempelajari lebih lanjut tentang gaya komunikasi pemimpin dan tokoh publik. Penelitian

berikutnya juga dapat membandingkan efektivitas gaya komunikasi tersebut dalam menangani berbagai isu sosial.

2. Masyarakat dan Pembaca diharapkan lebih peka terhadap isu-isu sosial seperti judi online dan dampaknya. Mengikuti konten dakwah yang informatif dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang bahaya praktik tersebut, disamping juga memahami akan banyaknya gaya komunikasi yang digunakan dalam kehidupan baik secara verbal maupun nonverbal.



DAFTAR PUSTAKA

Alawiyah Tuti, and Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam. “Analisis Gaya Komunikasi Habib Husein Ja’far Al-Hadar Dalam Konten Youtube ‘Pemuda Tersesat’ Skripsi 2022.

admin@seo. “Statistik Penggunaan Media Sosial Di Indonesia 2019-2023.” kaptenseo.com, 2023. <https://kaptenseo.com/statistik-pengguna-media-sosial-di-indonesia-tahun-2019-2023/>.

Alma, Buchari. “Metode Dan Teknik Menyusun Tesis.” Bandung: Alfabeta, 2010.

Amin, Munir. “Samsul. Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam.” Jakarta: Amzah, 2008.

Ardianto, Elvinaro. “Komunikasi Massa: Suatu Pengantar,” 2012.

Ariani, Anita. “Etika Komunikasi Dakwah Menurut Al-Quran.” *Alhadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 11, no. 21 (2012): 10. <http://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/alhadharah/article/view/1782>.

Cangara, Hafied. “Pengantar Ilmu Komunikasi Rajawali Pers.” Jakarta, 2010.

Dzikron, Abdullah. “Metodologi Dakwah (Diktat Kuliah).” Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo, 1998.

Effendy, Onong Uchjana. “Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek,” 2011.

Erfah Nanda. “Biodata Dan Profil Ferry Irwandi, Lagi Viral Karena Bahas Stoikisme.” [idntimes.com](https://www.idntimes.com/hype/entertainment/erfah-nanda-2/biodata-dan-profil-ferry-irwandi?page=all), 2022.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/erfah-nanda-2/biodata-dan-profil-ferry-irwandi?page=all>.

Fadhila, Maya Aryani, Riski Damastuti, Ilmu Komunikasi, Universitas Amikom

Yogyakarta, Gaya Komunikasi, Analisis Isi Kuantitatif, Gubernur Jawa Tengah, and Ganjar Praowo. “Gubernur Jawa Tengah Ganjar Pranowo Melalui Tiktok Quantitative Content Analysis of Communication Styles Governor of Central Java Ganjar Pranowo Through Tiktok @ Ganjarpranowofc.” *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi* VI, no. I (2023): 16–31.

Fajrie, Mahfudlah. *Budaya Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah: Melihat Gaya Komunikasi Dan Tradisi Pesisiran*. Penerbit Mangku Bumi, 2016.

Ferdian. “Analisi Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Soleh Mahmud (Ustad Solmed) Dalam Berdakwah,” 2013, hlm. 53.

Fisher, B Aubrey. “Teori-Teori Komunikasi.” *Bandung: Remaja Karya*, 1986.

Hendrawan, Ari, and Enny Itje Sela. “Analisis Sentimen Komentar Youtube Tentang Resesi Global 2023 Menggunakan LSTM.” *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi* 5, no. 1 (2024): 587–93. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i1.526>.

Hyang, Oh Su. *Bicara Itu Ada Seninya: Rahasia Komunikasi Yang Efektif*. Bhuana Ilmu Populer, 2021.

Islam, Prodi Bimbingan dan Konseling. “Pengertian Dakwah,” 2019.

Karuru, Perdy. “Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian.” *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 1 (2013): 1–9.

<http://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jkip/article/view/149>.

Kristantyo Wisnubroto, Kolaborasi Masyarakat dan Pemerintah untuk Berantas

Judi Online, Juli 8, 2024

Kurniawan, Dwi, Eka Sofia Agustina, and Nurlaksana Eko Rusminto. “Kemampuan Berbicara Siswa Kelas V SD Negeri 1 Margamulya Lampung Selatan.” *Jurnal Kata: Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya* 6, no. 4 Sep (2018).

Lady Padaga, Ester Priscilla, and Lamria Raya Fitriyani. “Gaya Komunikasi Ps. Christofer Tapiheru Dalam Membentuk Personal Branding.” *Scriptura* 11, no. 1 (2021): 26–34. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.26-34>.

Liliweri, Alo. “Dasar-Dasar Komunikasi Kesehatan,” 2022.

Martianto, Raden Wahyu Utomo, and Ahmad Toni. “Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Milenial Bambang.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2021): 13–28.

Marzuki. “Yayasan Lembaga Pendidikan Islam (Ylpi) Riau Universitas Islam RiauFakultasIlmuKomunikasi,” 2019, 1–86.
<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/1845>.

Mulkhan, Abdul Munir. “Ideologi Gerakan Dakwah.” *Yogyakarta: Sipress*, 1996.

Mulyana, Deddy. “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar,” 2002.

Nurani, Soyomukti. “Pengantar Ilmu Komunikasi Jogjakarta.” *Ar-Ruzz Media*, 2010.

Nurhana, Husnun, and Ikin Asikin. “Nilai Pendidikan Terhadap Amar Ma ’ Ruf Nahi Munkar Dalam QS Ali Imran 104,” 2024, 37–42.

Onong, Uchjana Effendi. “Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi PT.” *Citra Aditya Bakti, Bandung*, 2003.

Pratiwi, Nuning Indah. “Penggunaan Media Video Call Dalam Teknologi

Komunikasi.” *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial* 1, no. 2 (2017): 202–24.

Qolbi. S, Assyifa. “Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah.” *Hikmah* 17, no. 1 (2023): h.1-5. <http://jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id/index.php/Hik/article/view/6825>.

RACO, J. R. *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif*. *Jurnal EQUILIBRIUM*. Vol. 5, 2010.

Rahmawati, Yulia, Farida Hariyati, Ahmad Zakki Abdullah, and Mia Nurmiarani. “Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur.” *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1 (2024): 266–79. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>.

Ramadan Saputra. “Ferry Irwandi Sentil Habis Chef Arnold Soal NFT Dan Status Caleg Di Twitter/X.” Baperanews.com, 2023. <https://baperanews.com/ferry-irwandi-sentil-habis-chef-arnold-soal-nft-dan-status-caleg-di-twitterx>.

Rifda A. “Pengertian Intonasi: Macam, Jenis, Dan Tekniknya.” Dramedia Blog, 2021. <https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-intonasi/>.

Samsul, Munir Amin. “Ilmu Dakwah.” Jakarta: Amzah, 2009.

Saputri, Nur Pita, and Moh Slamet. “Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yufida Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah.” *Spektra Komunika* 2, no. 2 (2023): 208–20. <https://doi.org/10.33752/v2i2.4734>.

Sendjaja, Sasa Djuarsa, and Pengantar Komunikasi. “Universitas Terbuka.” Jakarta, 1999.

Sumarni. “Profil Dan Biodata Ferry Irwandi, Lagi Viral Gegara Adu Mulut DenganArnoldPoernomo.”suara.com,2023.

<https://www.suara.com/entertainment/2023/12/01/101924/profil-dan-biodata-ferry-irwandi-lagi-viral-gegara-adu-mulut-dengan-arnold-poernomo>.

Triwianti, Yuli Arinta Dewi & Yusti. “Jurnal Social Library.” *Jurnal Social Library*4,no.2(2024):324–31.

<https://scholar.archive.org/work/26zcw7soi5dkbdnjf6arhi66rm/access/wayback/http://penelitimuda.com/index.php/SL/article/download/78/pdf>.

Vitrotul Mu’affa., Dr. Joko Widodo., Drs. Radjikan. “Retorika Retorika.” *Efektivitas Kinerja Pegawai Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Kantor Kecamatan Tenggilis Mejoyo Kota Surabaya* 7482, no. June (2024): 114–35.

Wahyu, Ilaihi. “Komunikasi Dakwah.” *Bandung: Remaja Rosdakarya*, 2010.

Wahyudi, Septian Tri. “Aplikasi Spectrum Analyzer Untuk Menganalisa Frekuensi Sinyal Audio Menggunakan Matlab.” *Riau University*, 2015.

Wardana, I Nyoman Kusuma, and I Gede Harsemadi. “Identifikasi Biometrik Intonasi Suara Untuk Sistem Keamanan Berbasis Mikrokomputer.” *Jurnal Sistem Dan Informatika* 9, no. 1 (2014): 29–39. <https://www.jsi.stikom-bali.ac.id/index.php/jsi/article/view/35/43>.