

**DAKWAH DI ERA DIGITAL : ANALISIS GAYA
KOMUNIKASI USTADZ FELIX SIAUW DAN HABIB JAFAR
TERHADAP ISU KONTROVERSIAL DI YOUTUBE**



Oleh:

Khoiriah
NIM: 23202011026

Dosen Pembimbing Tesis
Dr. H. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn
NIP.19721026201101001
STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
TESIS

Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA
2025



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-757/Un.02/DD/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul :Dakwah di Era Digital: Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar terhadap Isu Kontroversial di Youtube

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : KHOIRIAH, S. Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 23202011026
Telah diujikan pada : Selasa, 27 Mei 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., MSn
SIGNED

Valid ID: 6846cff88ed7a



Pengaji II

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

Valid ID: 6847496bab80c



Pengaji III

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 6850fa210f4f3



Valid ID: 68511761b9cdb

Yogyakarta, 27 Mei 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khoiriah
NIM : 23202011026
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam,

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

Yogyakarta, 14 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



Khoiriah

NIM: 23202011026

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

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

Assalaamu 'alaikum wr. wb.

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

Dakwah di Era Digital: Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar terhadap Isu Kontroversial di YouTube.

Oleh:

Nama	:	Khoiriah
Nim	:	23202011026
Fakultas	:	Dakwah dan Komunikasi
Jenjang	:	Magister (S2)
Program Studi	:	Komunikasi dan Penyiaran Islam,

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

Wassa/aamu 'alaikum, wr. wb.

Yogyakarta, 14 Mei 2023
Pembimbing



Dr. H. Rama Kertamukti, S. Sos., M. Sn

ABSTRAK

Dakwah di Era Digital: Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar terhadap Isu Kontroversial di YouTube.

Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena berkembangnya platform digital seperti YouTube sebagai medium utama dalam penyampaian dakwah Islam, yang membawa dinamika baru terhadap gaya komunikasi para dai dalam merespons isu-isu kontroversial. Perbedaan karakteristik pendakwah dan gaya penyampaian mereka menjadi penting untuk dikaji guna memahami efektivitas dan dampaknya terhadap audiens. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori analisis isi dan teori semiotika, yang digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasi elemen komunikasi verbal dan nonverbal dalam konten dakwah. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan paradigma konstruktivisme, yang berupaya memahami realitas sosial dari perspektif subyektif dan mengkaji bagaimana makna dibentuk melalui proses interaksi simbolik dalam media digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis isi terhadap video-video dakwah Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar yang membahas isu kontroversial di YouTube. Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan observasi terhadap ekspresi wajah, postur tubuh, pilihan kata, serta konteks situasional dalam video yang dianalisis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan semiotik Charles Sanders Peirce untuk mengidentifikasi dan menginterpretasi tanda-tanda komunikasi berupa ikon, indeks, dan simbol dalam konten dakwah Ustadz Felix Siauw dan Habib Ja'far di YouTube, guna mengungkap gaya komunikasi mereka dalam menyampaikan isu-isu kontroversial secara digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar serta menganalisis persamaan dan perbedaannya dalam merespons isu kontroversial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Felix Siauw cenderung menggunakan gaya komunikasi asertif-konfrontatif dengan penekanan pada argumentasi logis dan semangat ideologis yang kuat. Sementara itu, Habib Jafar menerapkan gaya komunikasi asertif-persuasif yang lebih santai, empatik, dan mengedepankan dialog serta pemahaman lintas perspektif. Persamaan keduanya terletak pada konsistensi dalam menyampaikan nilai-nilai Islam, namun perbedaan signifikan terlihat pada cara pendekatan, ekspresi nonverbal, serta segmentasi audiens yang dituju. Temuan ini menegaskan pentingnya adaptasi gaya komunikasi dalam dakwah digital untuk menjangkau audiens yang beragam secara efektif.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Gaya Komunikasi, Ustadz Felix Siauw, Habib Jafar, Isu Kontroversial, YouTube.

ABSTRACT

Da'wah in the Digital Age: Analysis of Ustadz Felix Siauw and Habib Jafar's Communication Style on Controversial Issues on YouTube.

The background of this research is based on the phenomenon of the development of digital platforms such as YouTube as the main medium for delivering Islamic preaching, which brings new dynamics to the communication style of preachers in responding to controversial issues. Differences in the characteristics of preachers and their delivery styles are important to study to understand their effectiveness and impact on the audience. The theories used in this research are content analysis theory and semiotic theory, which are used to identify and interpret verbal and nonverbal communication elements in da'wah content. This research also uses the constructivism paradigm approach, which seeks to understand social reality from a subjective perspective and examines how meaning is formed through the process of symbolic interaction in digital media.

This research uses a qualitative method with content analysis techniques on Ustadz Felix Siauw and Habib Jafar's da'wah videos that discuss controversial issues on YouTube. Data were collected through documentation and observation of facial expressions, body posture, word choice, and situational context in the analyzed videos. "The data analysis in this study employs Charles Sanders Peirce's semiotic approach to identify and interpret communicative signs icons, indexes, and symbols within the da'wah content of Ustadz Felix Siauw and Habib Ja'far on YouTube, in order to reveal their communication styles in addressing controversial issues in the digital sphere.

This study aims to determine the da'wah communication style used by Ustadz Felix Siauw and Habib Jafar and analyze their similarities and differences in responding to controversial issues. The results showed that Ustadz Felix Siauw tends to use an assertive-confrontational communication style with an emphasis on logical argumentation and strong ideological spirit. Meanwhile, Habib Jafar applies an assertive-persuasive communication style that is more relaxed, empathetic, and prioritizes dialogue and cross-perspective understanding. The similarity between the two lies in the consistency in conveying Islamic values, but significant differences can be seen in the approach, nonverbal expressions, and segmentation of the intended audience. These findings emphasize the importance of adapting communication styles in digital da'wah to effectively reach diverse audiences.

Keywords: *Digital Da'wah, Communication Style, Ustadz Felix Siauw, Habib Jafar, Controversial Issues, YouTube.*

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya,
Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa)
dari (kejahanan) yang diperbuatnya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Hatiku tenang mengetahui apa yang melewatkanku tidak akan pernah menjadi
takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanku”

(Umar bin Khattab)

*“God have perfect timing, never early, never late. It takes a little patience and it
takes a lot of faith, but it's a worth the wait”*

“Orang lain ga akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin
tahu hanya bagian *success stories* nya aja. Jadi, berjuanglah untuk diri sendiri
meskipun ga akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan
sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”

Jadi, tetap berjuang ya

PERSEMBAHAN

Karya ini didedikasikan untuk mahakarya tuhan yang paling sempurna,

Kedua orang tua tercinta, Alm Bahron dengan Almh Lisna Wati dan

kedua wali saya, abanganda Irwan Hadi dengan kakakanda Hilda Wati.



KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaaatuh,

Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya atas kemudahan dalam menjalankan segala urusan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Dakwah di Era Digital: Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar terhadap Isu Kontroversial di YouTube”. Shalawat dan salam semoga tersampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah merubah akhlak manusia dari akhlak yang hina menuju manusia yang berakhlek mulia dan telah memberikan cahaya untuk kehidupan kita di dunia saat ini.

Karya ilmiah ini selesai melalui proses panjang, dengan banyak rintangan dan tantangan. Namun, atas izin Allah SWT. dukungan serta motivasi dari berbagai pihak, akhirnya segala rintangan dan tantangan tersebut bisa dilewati. Penulis dengan rasa hormat yang tinggi mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
3. Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga, Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
4. Dosen Pembimbing Akademik, bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A yang sangat gigih memberikan motivasi dan mengarahkan tema perkembangan tesis.
5. Dosen Pembimbing Tesis, bapak Dr. H. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn. Sekaligus Wakil Dekan Bidang III Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga yang dengan sabar memberi bimbingan dan arahan dalam pertemuan demi pertemuan untuk merakit ide-ide tesis yang membangun serta memberi motivasi penulis dalam penyusunan tesis ini menjadi karya ilmiah yang layak.

6. Dosen Pengaji Tesis, Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A. dan Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd. yang banyak memberikan bimbingan agar tesis ini menjadi karya yang lebih baik.
7. Bapak/ Ibu karyawan/i perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah menyediakan literatur yang dibutuhkan dalam penyelesaian tesis ini.
8. Bapak/ Ibu Dosen yang telah membekali dengan ilmu pengetahuan serta karyawan/i Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
9. Kedua orang tua tercinta, Alm. Bahron dan Almh. Lisna Wati. Penyemangat, pelipur laraku. Walaupun kalian berdua sudah tiada, namun akan selalu menjadi pendorong penyemangatku dalam hal apapun. Semoga kalian tenang dan bahagia di syurganya Allah SWT.
10. Pahlawan dan motivatorku, abanganda Irwan Hadi dan Istrinya Hilda Wati, berperan sebagai waliku yang hebat luar biasa yang menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat menghadapi kerasnya dunia ini. Tesis ini penulis persembahkan untuk kalian. Terima kasih sudah menjadi pengganti orang tuaku, merawatku, menyekolahkanku sampai jenjang ini, berjuang sekuat tenaga untuk memberikan kehidupan yang layak untuk saya, kerja keras dan menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada di posisi ini. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena kalian. Tolong hidup lebih lama di dunia ini, izinkan saya mengabdi dan membalas segala pengorbanan kalian lakukan selama ini.
11. Abang-abangku, Supriyadi, Sunardi, Alvi Anali dan Rahmad Subandi. Kakak iparku, Dahlena, Neng Mira, Lasmini, dan Marza Yusilva. Keponakan-keponakanku yang cantik dan ganteng juga lucu. Terima kasih untuk dukungan dan semangat selama kuliah di Yogyakarta.
12. Kakakku tercinta, Linda Sari yang selalu memberikan dorongan dan motivasi hingga bisa ke tahap saat ini. Semoga selalu diberkahi dan diberikan kesehatan. Terima kasih atas dukungan dan do'anya.
13. Adikku tercinta, Sogiroh kau tumbuh dengan baik dan dewasa, sayang. Menjadi gadis remaja kakak nan cantik meskipun agak egois. Watakmu

paling keras, namun mudah rapuh dan diam-diam menangis di sudut kamar. Terima kasih do'a dan kerja samanya.

14. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman, terutama Rahmad Hidayat S.T. dan teman-teman seperjuangan yang disayangi (Dihania Erba, Ira Fitriyani, Adinda, Fikrani Suhma Azzuhra, Tia Sari, Hesti, Safira, Elsy Fitriani, Nurul Malahayati, dan Nurmianti) serta seluruh mahasiswa/i magister Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2023 dan lain-lain yang telah banyak membantu, memberikan dukungan serta pengalaman dalam menyelesaikan tesis ini baik secara langsung maupun tidak langsung.
15. Khoiriah, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya yang telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan sampai detik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan merayakan dirimu sendiri, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan. Tetaplah jadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i'm proud of this achievement.*
16. Terakhir, terima kasih Yogya. Kota ini saksi bisu kehidupanku belajar mandiri di rantau orang, hidup jauh dan terpisah dari keluarga di Sumatra Barat. Belajar bahasa Jawa meski hanya paham dengan kata “*pinten, nggih/injih, mboten, sampaun, maturnuwun, sare, niku, sinten, setunggalewu, mirah, awis*” . Belajar menyukai makanan yang dominan manis meski kurang cocok di lidah Sumatra saya. Akan tetapi repon mas Jawa yang kala dipanggil selalu menjawab “*dalem dek?*” merupakan hal termanis dan menjadi candu. Sementara, sampai jumpa, Yogya. Saya akan kembali, masih banyak *bucketlist* saya yang belum terlaksana.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan tesis ini. Akhirnya, kepada Allah SWT. Penulis berdo'a dan

berharap semoga jasa-jasa dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian tesis ini selalu diberikan rahmat oleh Allah SWT. Aamiin ya Rabbal 'aalamiin.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 Mei 2023

Khoiriah

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kegunaan Penelitian.....	16
E. Sistematika Pembahasan.....	18
BAB II	22
KAJIAN PUSTAKA	22
A. Definisi dan Konsep Topik Penelitian.....	22
1. Dakwah Di Era Digital.....	22
2. Media Dakwah Di Era Digital	31
3. Peluang dan Tantangan Dakwah Di Era Digital	34
B. Gaya Komunikasi	37
C. Konsep isu kontroversial di media sosial.....	51
1. Definisi Isu Kontroversial.....	51
2. Karakteristik Isu Kontroversial di Media Sosial.....	53
3. Dinamika Penyebaran Isu Kontroversial.....	56
D. Penelitian Relevan	59

E. Teori	81
1. Analisis Isi (Content Analysis)	81
2. Teori Semiotika.....	84
F. Kerangka Berpikir	85
BAB III	90
METODE PENELITIAN	90
A. Paradigma Penelitian	90
B. Pendekatan Penelitian	92
C. Data dan Sumber Data.....	96
D. Pengumpulan Data	101
E. Analisis Data.....	103
F. Validasi atau Krosek Data	105
BAB IV	108
HASIL PEMBAHASAN	108
A. HASIL	108
1. Sinopsis	108
2. Analisa Gaya Komunikasi Dakwah yang Diterapkan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam Merespon Isu Kontroversial di YouTube.....	116
3. Analisa Persamaan dan Perbedaan dalam Gaya Komunikasi Dakwah yang Digunakan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam Menghadapi Isu Kontroversial di YouTube	208
B. PEMBAHASAN	221
BAB V	234
PENUTUP	234
A. KESIMPULAN	234
B. SARAN ATAU REKOMENDASI.....	235
DAFTAR PUSTAKA	238
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	245

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Relevan	77
Tabel 2.2	Kerangka Pemikiran.....	86
Tabel 4.1	Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siuaw pada program escape yang berjudul " <i>Fenomena Islam & Muslim 'Munafik'</i> " .	117
Tabel 4.2	Analisis Gaya Komunikasi Habib Jafar pada program Log In video "Islam Tapi Kafir!! Habib: Mbah Tejo Lagi Cosplay Jadi Setan!?"	136
Tabel 4.3	Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw pada program Escape video "Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?! - Escape Ep 6 (ft Felix Siauw & Fuadh)"	148
Tabel 4.4	Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw pada program Log In video “ <i>VIOR: PUASA TAPI AKU SAN9E BATAL GAK!?</i> Acara ini mau mengislamkan AKU ya”	166
Tabel 4.5	Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw pada program Curhat Bang video "Pendeta dan Ustad Saling Berusaha Meyakinkan Densu – Kristen atau Islam?".	176
Tabel 4.6	Analisis Gaya Komunikasi Habib Jafar pada program Log In "Boris & Onad Mau Diselametin Pendeta Marcel, Takut Nyaman Sama Habib Jafar!"	197
Tabel 4.7	Persamaan dan Perbedaan Perbandingan Gaya Komunikasi Dakwah Kontroversial Isu Muslim Tapi Tidak Mencerminkan Islam.....	212

Tabel 4.8	Persamaan dan Perbedaan Perbandingan Gaya Komunikasi Dakwah Isu Kontroversial Perbuatan maksiat yang tidak disukai dan dibenci Allah	214
Tabel 4.9	Analisis Semiotika Gaya Komunikasi Ustadz Felix dan Habib Jafar	223



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Gaya komunikasi pasif Ustadz Felix Siuaw (Fenomena Islam & Muslim “Munafik”-Escape EP. 5)	126
Gambar 4.2	Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Felix Siuaw (Fenomena Islam & Muslim “Munafik”-Escape EP. 5)	129
Gambar 4.3	Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Felix Siuaw (Fenomena Islam & Muslim “Munafik”-Escape EP. 5)	132
Gambar 4.4	Gaya Komunikasi Pasif Habib Jafar pada program Log In video "Islam Tapi Kafir!! Habib: Mbah Tejo Lagi Cosplay Jadi Setan!?"	141
Gambar 4.5	Gaya Komunikasi Asertif Habib Jafar pada program Log In video "Islam Tapi Kafir!! Habib: Mbah Tejo Lagi Cosplay Jadi Setan!?"	144
Gambar 4.6	Gaya Komunikasi Pasif Ustadz Felix Siauw "Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?! - Escape Ep 6 (ft Felix Siauw & Fuadh)".....	157
Gambar 4.7	Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Felix Siauw "Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?! - Escape Ep 6 (ft Felix Siauw & Fuadh)".....	159
Gambar 4.8	Gaya Komunikasi Agresif Ustadz Felix Siauw "Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?! - Escape Ep 6 (ft Felix Siauw & Fuadh)".....	162
Gambar 4.9	Gaya Komunikasi Pasif Ustadz Felix Siauw pada program Log In video “VIOR: PUASA TAPI AKU	

	<i>SAN9E BATAL GAK!? Acara ini mau mengislamkan</i>	
	<i>AKU ya” 168</i>	
Gambar 4.10	Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Felix Siauw pada program Log In video “ <i>VIOR: PUASA TAPI AKU SAN9E BATAL GAK!? Acara ini mau mengislamkan</i>	
	<i>AKU ya” 171</i>	
Gambar 4.11	Gaya Komunikasi pasif Ustadz Felix Siauw "Pendeta Dan Ustad Saling Berusaha Meyakinkan Densu – Kristen Atau Islam? (Pdt Marcel – Ust Felix)" 187	
Gambar 4.12	Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Felix Siauw "Pendeta Dan Ustad Saling Berusaha Meyakinkan Densu – Kristen Atau Islam? (Pdt Marcel – Ust Felix)" 189	
Gambar 4.13	Gaya Komunikasi Asertif Ustadz Felix Siauw "Pendeta Dan Ustad Saling Berusaha Meyakinkan Densu – Kristen Atau Islam? (Pdt Marcel – Ust Felix)" 192	
Gambar 4.14	Gaya komunikasi pasif "Boris & Onad Mau Diselametin Pendeta Marcel, Takut Nyaman Sama Habib Jafar!" 202	
Gambar 4.15	Gaya komunikasi asertif "Boris & Onad Mau Diselametin Pendeta Marcel, Takut Nyaman Sama Habib Jafar!" 204	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Media sosial seperti YouTube kini menjadi ruang strategis bagi para pendakwah untuk menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat luas secara cepat, interaktif, dan lintas batas geografis. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar dan forum-forum konvensional, tetapi telah bertransformasi ke ranah digital dengan gaya dan pendekatan komunikasi yang lebih bervariasi dan kontekstual. Dalam konteks ini, *Q.S. An-Nahl ayat 125* memberikan pedoman penting bagi para dai dalam menyampaikan pesan dakwah:

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمُؤْعِظَةِ الْخَيْرَةِ وَجَارِلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمِنْ
ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهَتَّدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.

Ayat ini menggarisbawahi tiga pendekatan utama dalam dakwah, yaitu *hikmah* (kebijaksanaan), *ma'uizhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah billati hiya ahsan* (berdialog dengan cara yang terbaik). Ketiga pendekatan ini menuntut seorang dai untuk mampu menyesuaikan cara berkomunikasi dengan konteks zaman, karakteristik audiens, dan isu-isu yang tengah berkembang di masyarakat. Di era digital yang dinamis dan sarat akan potensi polarisasi,

kemampuan seorang dai dalam mengelola komunikasi secara bijak dan efektif menjadi semakin penting, terutama ketika menyampaikan dakwah mengenai isu-isu yang bersifat kontroversial.

Hal ini sejalan dengan kenyataan bahwa komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan sosial, menyampaikan gagasan, memengaruhi cara berpikir, dan menciptakan tatanan masyarakat yang harmonis. Oleh karena itu, dakwah sebagai bentuk komunikasi keagamaan memerlukan pendekatan yang strategis dan tepat agar pesan-pesan Islam dapat diterima secara baik, terlebih dalam konteks digital yang memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan media dakwah tradisional.

Dalam perspektif Islam, komunikasi bukan hanya bersifat duniawi, melainkan juga memiliki dimensi spiritual yang berfungsi untuk memperkuat hubungan manusia dengan Allah SWT dan sesama manusia. Al-Qur'an dan al-Hadist sebagai sumber utama ajaran Islam telah memberikan prinsip-prinsip dan pedoman yang jelas mengenai pentingnya komunikasi yang efektif, etis, dan berlandaskan nilai-nilai kebenaran. Pemahaman terhadap prinsip-prinsip komunikasi Islam menjadi landasan penting, khususnya dalam konteks dakwah yang bertujuan untuk menyeru umat manusia kepada kebaikan dan jalan yang diridhai Allah SWT (Rakhmawati, 2016 p. 4). Dalam perspektif Islam, prinsip komunikasi ditegaskan dalam al-Qur'an, salah satunya melalui surat al-Baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخْذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهُ وَبِالْأَوَّلِ الدِّينِ احْسَانًا وَذِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ
 وَفُؤُلُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَأَثُوا الرَّكُوْنَةَ ثُمَّ تَوَلَّتُمُ إِلَّا قَلِيلًا مِنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُغْرَضُونَ

Artinya: (Ingatlah) ketika Kami mengambil perjanjian dari Bani Israil, “Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuatbaiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Selain itu, bertutur katalah yang baik kepada manusia, laksanakanlah salat, dan tunaikanlah zakat.” Akan tetapi, kamu berpaling (mengingkarinya), kecuali sebagian kecil darimu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang.

Ayat ini mengandung makna bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi untuk membangun hubungan vertikal antara manusia dengan Allah SWT, melainkan juga berperan penting dalam membangun hubungan horizontal yang harmonis antar sesama manusia. Islam menempatkan komunikasi sebagai sarana fundamental untuk membentuk kehidupan sosial yang sehat, adil, dan penuh kasih sayang. Oleh karena itu, kemampuan berkomunikasi secara baik menjadi bagian integral dari perilaku seorang Muslim.(Ummah, 2020, p. 45)

Al-Qur'an dan al-Hadist memberikan pedoman rinci mengenai metode komunikasi yang efektif dan baik, yang disebut sebagai "qaulan." Dalam literatur Islam, dikenal enam jenis gaya berbicara (qaulan) yang dijadikan norma, prinsip, atau etika dalam berkomunikasi. Keenam gaya tersebut adalah *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar dan jujur), *Qaulan Baligha* (perkataan yang jelas dan mengena), *Qaulan Ma'rufa* (perkataan yang baik dan patut), *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia), *Qaulan Layina* (perkataan yang

lembut), dan *Qaulan Maysura* (perkataan yang memudahkan). Masing-masing gaya ini mencerminkan karakteristik komunikasi yang ideal dalam Islam, yaitu komunikasi yang tidak hanya efektif dalam penyampaian pesan, tetapi juga memperhatikan nilai-nilai moral, etika, dan kasih sayang. Dalam konteks dakwah, komunikasi bukan sekadar aktivitas menyampaikan informasi, tetapi melibatkan berbagai elemen yang saling berhubungan. Proses dakwah mencakup unsur penyampai pesan (*da'i*), penerima pesan (*mad'u*), materi pesan (*maddah*), media atau sarana komunikasi (*washilah*), metode atau pendekatan dakwah (*thariqah*), serta efek atau dampak yang dihasilkan dari aktivitas komunikasi tersebut (*atsar*). Setiap unsur ini harus diperhatikan dengan seksama agar dakwah dapat berjalan efektif dan mampu menghasilkan perubahan positif di tengah Masyarakat (Husna, 2021, p. 8).

Da'i dalam komunikasi dakwah berperan sebagai komunikator, namun dengan tugas yang lebih berat dan mulia dibandingkan komunikator pada umumnya. Seorang *da'i* tidak hanya bertugas menyampaikan pesan secara informatif, tetapi juga bertanggung jawab untuk mengajak, membimbing, dan membina umat agar menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari. *Da'i* menggunakan berbagai ekspresi, baik verbal, tulisan, maupun tindakan nyata, untuk menanamkan nilai-nilai Islam dan mengarahkan perubahan sosial menuju kondisi yang lebih baik sesuai dengan tuntunan syariat.

Sebuah elemen tambahan dalam komunikasi dakwah, selain dari peran *da'i* adalah *washilah* atau media dakwah. *Washilah* adalah sarana yang digunakan oleh seorang *da'i* untuk menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. dalam hal

ini ada berbagai macam cara yang dapat digunakan oleh da'i 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 seperti media sosial (Rambe, 2024, p. 23).

Perkembangan teknologi informasi saat ini melaju dengan pesat dan dibarengi dengan berbagai inovasi, nyaris tidak ada lagi batasan bagi manusia dalam berkomunikasi, mereka berkomunikasi kapan saja dan dimana saja. Perkembangan teknologi saat ini banyak dimanfaatkan oleh para pendakwah sebagai alat untuk menyebarkan pengetahuannya dalam bidang agama. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Beberapa media sosial yang paling populer di Indonesia yaitu YouTube, Tiktok, Instagram, Facebook, Twiter, dan Path.(Annur, 2024, p. 56).

YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang digunakan untuk mengakses berbagai macam informasi. Konten utama yang disajikan dalam youtube yaitu berupa video. Melalui youtube, banyak hal yang dapat dibagikan seseorang seperti menyebarluaskan ajaran agama Islam dengan cara berdakwah secara online. Saat ini youtube banyak digunakan sebagai media dakwah karena memiliki potensi yang besar bagi penyebaran dakwah. Di samping itu, kebebasan YouTube mengupload video juga sering menjadi platfrom bagi konten berbahaya yang berdampak negatif. Konten negatif yang ditayangkan seperti seksual, pornografi, LGBT, kekerasan, pluralisme, dapat mempengaruhi cara berfikir seseorang melihat dunia. Beberapa orang akan

berasumsi dunia itu berbahaya dan dikelilingi orang-orang jahat. Kebebasan akses pengguna dalam memberikan masukan atau nasihat berupa komentar dapat menyebabkan miss communication yang menimbulkan konflik seperti pertengkaran, pertikaian, fitnah, rasa kebencian, hingga berita bohong (HOAX) terutama dalam hal isu-isu keagamaan kontemporer yang memancing kontroversi di lingkungan masyarakat.(Yani, 2019, p. 34)

Terpaan isu-isu kontroversial saat ini terus menjadi sumber perselisihan yang kuat di tengah masyarakat. Fenomena ini kerap melibatkan perbedaan pandangan atau perspektif yang tajam sehingga memicu perasaan emosional yang intens, bahkan dapat berujung pada konflik sosial. Isu-isu tersebut tidak hanya mencerminkan dinamika opini publik, tetapi juga memperlihatkan bagaimana media sosial mempercepat penyebaran dan pembentukan opini terhadap suatu peristiwa.

Salah satu isu kontroversial yang mendapat sorotan publik belakangan ini adalah terkait isu keagamaan, khususnya mengenai perilaku individu dalam menjalankan praktik keagamaan di ruang publik. Pada tahun 2024, muncul kasus kontroversial yang melibatkan seorang selebgram bernama Isa Zega. Isa Zega, yang diketahui merupakan seorang transgender, menjadi perbincangan luas setelah mengenakan hijab ketika melaksanakan ibadah umrah. Tindakan tersebut menuai reaksi keras dari berbagai kalangan masyarakat di sejumlah platform media sosial.

Kecaman terhadap Isa Zega muncul karena banyak pihak menilai bahwa tindakan tersebut merupakan bentuk penistaan terhadap agama. Masyarakat

berpendapat bahwa meskipun Isa Zega telah melakukan operasi transgender, ia tetap dianggap sebagai laki-laki berdasarkan kodrat penciptaannya. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan ibadah umrah, seharusnya Isa tetap mengikuti ketentuan yang sesuai dengan identitas asalnya. Pelanggaran terhadap norma ini dianggap telah mencederai kesucian pelaksanaan ibadah dan menimbulkan keresahan di kalangan umat Islam.

Bahkan, salah satu anggota Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) secara tegas mengecam tindakan Isa Zega dan menyatakan bahwa perilaku tersebut merupakan tindakan penistaan agama yang serius. Anggota DPR RI tersebut juga mendesak aparat penegak hukum untuk segera mengambil tindakan hukum terhadap Isa Zega. Ia berharap agar kejadian serupa tidak terulang di masa depan dan menekankan pentingnya menjaga kesucian ajaran agama serta menghindari perilaku yang menyimpang di ruang publik, khususnya dalam konteks keagamaan (Radar Mojokerto, 2023).

Kasus Pendakwah yang dianggap menghina pedagang es teh di acara pengajian. Kasus tersebut dimulai dari komentar negatif terhadap penjual es teh saat pengajian di Magelang, di mana banyak warganet yang mengecam aksi olok-olok tersebut. Sosok Pendakwah itu belakangan juga diketahui sering menyampaikan dakwahnya dengan gaya yang tidak biasa dan dianggap kasar. Gaya ceramahnya yang blak-blakan tidak jarang menyinggung individu maupun kelompok tertentu, sehingga memicu reaksi di masyarakat. Masyarakat banyak yang kontroversi terhadap tindakan yang dilakukan pendakwah tersebut. Dari kejadian itu, kita bisa paham kalo empati dan etika masih sangat minim di

Indonesia. Sehingga sangat penting rasa empati tersebut diajarkan sejak usia dini. Sebagai manusia, sangatlah penting menjaga lidah saat berbicara agar tidak menyakiti perasaan orang lain (Zuhri & Christiani, 2019, p. 67).

Tiktoker Galih Noval Aji Prakoso atau Galih Loss juga dianggap telah menistakan agama melalui kontennya. Videonya bermuatan SARA berisikan penyebaran kebencian berbasis SARA melalui media elektronik dan penodaan terhadap suatu agama yang di anut di Indonesia. Melalui kontennya dia memberikan tebak-tebakan kepada seorang anak kecil terkait pelesetan bacaan al-Qur'an. Dia mengaku konten itu sengaja dibuatnya untuk menarik netizen agar mengendorse dirinya (DetikNews,2024).

Kemudian kasus Holywings pada tahun 2022. Kebijakan perusahaan ini menjadi pro dan kontra dikarenakan keterlibatan karyawan dalam kasus penistaan agama saat sedang melakukan promosi minuman keras (miras) secara gratis. Promosi miras tersebut ditujukan kepada pengunjung dengan nama Muhammad dan Maria. Holywings merupakan perusahaan di Indonesia yang membuka jaringan restoran dan kelab malam. Sedangkan Muhammad adalah Nabi dan rasul dalam Islam, Maria adalah ibunda Yesus dalam agama kristiani. Sehingga promosi ini dianggap sebagai tindakan penistaan agama yang memicu kontroversi di masyarakat (Kompas,2022).

Peran da'i menjadi sangat penting dalam memanggil dan membimbing orang-orang agar tidak mudah terbawa arus negatif isu-isu kontroversial. Dakwah di media sosial tentu tidak mudah, terlebih saat cara penyampaian dakwah, terkadang isi pesan dalam dakwah tidak mampu diserap secara baik

oleh mad'u sehingga menjadi sebuah kendala dan hambatan dari proses perjalanan dakwah. Penerimaan pesan yang baik terjadi ketika cara penyampaian pesan, baik secara verbal maupun nonverbal, dapat dipahami oleh mad'u sesuai dengan konteks dan latar belakangnya. Gaya komunikasi yang dipakai, menentukan keberhasilan penerimaan pesan. Cara da'i berkomunikasi atau berdakwah dipengaruhi oleh gaya komunikasi yang mereka miliki. Komunikasi efektif didukung oleh gaya komunikasi yang baik. Komunikasi efektif ditandai dengan ketulusan, kejelasan, keterbukaan, kejujuran, kesederhanaan, dan kesantunan dalam berbicara. Keberhasilan penyampaian pesan dipengaruhi oleh gaya komunikasi komunikator. Seorang da'i, harus menggunakan gaya komunikasi yang tepat untuk memastikan bahwa pesan dakwah yang disampaikan diterima dengan baik dan mendapat respon positif, serta pesan dapat tersampaikan dengan efektif. Pemilihan gaya komunikasi yang tidak tepat berpotensi mendapat penolakan dan kegagalan penyampaian pesan. Terlebih dalam menyampaikan dakwah dengan tema-tema sensitif seperti isu-isu kontroversial yang memiliki tingkat kesulitan lebih banyak. Hal ini menjadi tantangan bagi da'i, sehingga gaya komunikasi yang dipakai sangat menentukan bagaimana ia merespon sebuah isu dan menjelaskan isu tersebut kepada mad'uny (Syahriyan & Darojatun, 2023, p.11).

Di tengah banyaknya da'i yang aktif berdakwah di platform YouTube, penulis menemukan dua sosok yang menonjol dalam membahas isu-isu kontroversial, yaitu Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar. Keduanya memanfaatkan YouTube sebagai media utama untuk menyebarkan dakwah, baik

melalui akun pribadi mereka maupun dengan berkolaborasi di berbagai kanal YouTube lain. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media digital menjadi wadah efektif untuk memperluas jangkauan pesan dakwah sekaligus merespons berbagai isu sosial yang berkembang di masyarakat.

Ustadz Felix Siauw merupakan seorang da'i keturunan Tionghoa yang dikenal luas di kalangan masyarakat Indonesia. Beliau adalah seorang muallaf yang kemudian aktif berdakwah dengan pendekatan yang khas dan konsisten. Dalam berbagai kontennya, Ustadz Felix Siauw banyak membahas tema-tema yang sesuai dengan kebutuhan dan keresahan masyarakat, seperti persoalan penistaan agama, toleransi beragama, serta isu-isu kontroversial yang bersifat kontemporer. Kepakaan beliau terhadap isu-isu aktual membuat dakwahnya sering menjadi perhatian publik, baik mendapatkan dukungan maupun kritik.

Selain itu, Ustadz Felix Siauw juga dikenal dengan pandangan-pandangan tegasnya terhadap berbagai ideologi modern seperti demokrasi, nasionalisme, feminism, dan sosialisme. Sikap kritisnya terhadap konsep-konsep tersebut sering kali menimbulkan kontroversi, namun di sisi lain memperkuat identitas dakwah yang dibawanya. Meskipun demikian, gaya komunikasinya yang berbasis pada logika rasional, didukung dengan ayat-ayat al-Qur'an serta argumentasi yang terstruktur, membuat materi dakwahnya mudah dipahami oleh mad'u (audiens) yang mendengarkannya. Pendekatan ini membuat pesan dakwahnya lebih membumi dan relevan dengan realitas kehidupan sehari-hari masyarakat. (Salsabiilaa et al., 2024 p. 45)

Sementara itu, Habib Jafar memiliki pendekatan dakwah yang berbeda dalam menyampaikan pesan-pesan Islam di platform YouTube. Ia dikenal aktif berkolaborasi dengan berbagai tokoh publik dan artis ternama di Indonesia, seperti Najwa Shihab, Deddy Corbuzier, Onadio Leonardo, Desta Mahendra, Boris Bokir, Mongol Stress, hingga Tasya Farasya. Melalui kolaborasi lintas latar belakang ini, Habib Jafar berhasil memperluas jangkauan dakwahnya ke berbagai kalangan, tidak hanya kepada komunitas religius, tetapi juga kepada audiens umum yang berasal dari beragam latar belakang budaya dan kepercayaan (Cindrakasih et al., 2024 p. 23).

Karakteristik utama dari gaya dakwah Habib Jafar adalah penyampaian yang santai, humoris, namun tetap memiliki kedalaman makna. Pendekatan komunikasinya yang ringan dan penuh keakraban mampu menciptakan suasana yang inklusif, sehingga audiens merasa lebih nyaman untuk terlibat dalam diskusi keagamaan tanpa merasa dihakimi. Meskipun dibalut dengan humor, materi dakwah yang ia sampaikan tetap sarat dengan nilai-nilai keislaman yang substansial dan reflektif.

Habib Jafar juga dikenal sebagai salah satu da'i moderat yang konsisten menonjolkan nilai-nilai toleransi beragama dalam setiap narasi dakwahnya. Ia sering mengangkat pentingnya saling menghormati antarumat beragama, membangun dialog lintas agama, serta menanamkan sikap terbuka dalam menyikapi perbedaan. Pesan-pesan moderasi ini menjadi sangat relevan dalam konteks keberagaman masyarakat Indonesia yang multikultural.

Ustadz Felix Siauw merupakan seorang da'i keturunan Tionghoa yang dikenal luas di kalangan masyarakat Indonesia. Beliau adalah seorang muallaf yang kemudian aktif berdakwah dengan pendekatan yang khas dan konsisten. Dalam berbagai kontennya, Ustadz Felix Siauw banyak membahas tema-tema yang sesuai dengan kebutuhan dan keresahan masyarakat, seperti persoalan penistaan agama, toleransi beragama, serta isu-isu kontroversial yang bersifat kontemporer. Kepekaan beliau terhadap isu-isu aktual membuat dakwahnya sering menjadi perhatian publik, baik mendapatkan dukungan maupun kritik.

Keberhasilan Felix Siauw dalam membangun gaya komunikasinya terlihat dari konsistensi narasi yang ia bangun dalam berbagai platform, serta jumlah pengikut (followers) yang besar, seperti 1,8 juta subscriber di kanal YouTube dan lebih dari 6 juta pengikut di Instagram (per Mei 2024). Konten-konten video dakwahnya yang bersifat argumentatif, lugas, dan berani menyinggung isu sensitif seperti LGBT, Islam kaffah, dan kritik terhadap ideologi Barat, menunjukkan ciri khas gaya komunikasi tegas, logis, dan sistematis. Misalnya, dalam video berjudul “Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?!” (Escape Ep.6), Felix menunjukkan kecenderungan gaya komunikasi agresif-asertif, dengan argumen berbasis ayat Al-Qur'an dan analogi retoris yang kuat sebuah gaya yang menjadi ciri khasnya dan mendapat ratusan ribu views serta ribuan komentar dari audiens, baik pro maupun kontra.

Sementara itu, Habib Jafar memiliki pendekatan dakwah yang berbeda dalam menyampaikan pesan-pesan Islam di platform YouTube. Ia dikenal aktif berkolaborasi dengan berbagai tokoh publik dan artis ternama di Indonesia,

seperti Najwa Shihab, Deddy Corbuzier, Onadio Leonardo, Desta Mahendra, Boris Bokir, Mongol Stress, hingga Tasya Farasya. Bukti keberhasilannya dalam membangun karakteristik gaya komunikasi tercermin dari tingginya jumlah subscriber YouTube miliknya yang mencapai 2,5 juta, serta popularitas program seperti Log In dan Kultum Habib yang kerap menjadi trending topic YouTube Indonesia. Misalnya, dalam video “Islam Tapi Kafir!! Mbah Tejo Lagi Cosplay Jadi Setan”, Habib Jafar berhasil menyampaikan isu berat seperti pluralisme dan makna kafir dengan pendekatan humoris, santai, dan inklusif, yang justru meningkatkan engagement video dan mendapat lebih dari 1 juta tayangan dan ribuan komentar positif yang menyoroti gaya dakwah yang tidak menghakimi dan menyentuh secara emosional (*Youtube, Felix Siauw "Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?!, 2025*).

Karakteristik utama dari gaya dakwah Habib Jafar adalah penyampaian yang santai, humoris, namun tetap memiliki kedalaman makna. Pendekatan komunikasinya yang ringan dan penuh keakraban mampu menciptakan suasana yang inklusif, sehingga audiens merasa lebih nyaman untuk terlibat dalam diskusi keagamaan tanpa merasa dihakimi. Meskipun dibalut dengan humor, materi dakwah yang ia sampaikan tetap sarat dengan nilai-nilai keislaman yang substansial dan reflektif. Hal ini menjadi ciri khas yang konsisten muncul dalam hampir seluruh konten dakwahnya.

Adapun segmentasi mad’u (audiens) dari dakwah Habib Jafar umumnya berasal dari kalangan milenial dan generasi Z. Kedua kelompok ini dikenal memiliki karakteristik unik, seperti keterbukaan terhadap perubahan, akses

informasi yang cepat, serta kecenderungan untuk mempertanyakan tradisi dan norma yang ada. Melalui pendekatan yang relevan dan kontekstual, Habib Jafar mampu menjawab kegelisahan-kegelisahan kontemporer yang dihadapi generasi muda, sehingga menjadikan dakwahnya tidak hanya diterima, tetapi juga menginspirasi audiensnya untuk memahami ajaran Islam dengan cara yang lebih rasional dan humanis (Alawiyah, 2022, p. 82).

Cara penyampaian dakwah Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar di platform YouTube merupakan fenomena menarik untuk dianalisis. Keduanya telah berhasil membangun karakteristik tersendiri dalam gaya komunikasi dakwah, sehingga mampu membentuk basis penggemar yang loyal. Melalui pendekatan yang khas, baik Felix Siauw dengan gaya argumentatif dan logisnya, maupun Habib Jafar dengan pendekatan santai dan moderatnya, keduanya berhasil menjangkau audiens dari berbagai latar belakang, khususnya kalangan muda yang aktif di media digital.

Atas dasar keberhasilan mereka dalam membangun citra dan efektivitas penyampaian dakwah di media sosial tersebut, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dan analisis mendalam terkait gaya komunikasi yang digunakan oleh kedua da'i ini. Penelitian akan difokuskan pada konten dakwah yang diposting di akun-akun YouTube yang menampilkan Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar, khususnya pada tema-tema yang membahas isu-isu kontroversial yang berkembang di masyarakat (Salsabiilaa et al., 2024, p. 16).

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran secara komprehensif mengenai bagaimana masing-masing da'i membangun

komunikasi, memilih diksi, menyesuaikan gaya bahasa, serta merespons dinamika isu kontroversial melalui media digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi dakwah, serta menjadi referensi bagi para da'i atau komunikator Islam dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif di era digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis memilih untuk mengangkat penelitian dengan judul ***“Dakwah di Era Digital: Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar terhadap Isu Kontroversial di YouTube.”***

B. Rumusan Masalah

Di era digital saat ini, YouTube menjadi salah satu media dakwah yang banyak dimanfaatkan oleh para dai untuk menjangkau masyarakat luas. Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar merupakan dua figur yang aktif berdakwah di platform ini, masing-masing dengan gaya komunikasi yang unik dalam merespon isu-isu kontroversial. Perbedaan pendekatan keduanya menarik untuk dikaji guna memahami strategi dakwah yang efektif di ruang publik digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1. Bagaimana Gaya Komunikasi Dakwah yang Diterapkan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam Merespon Isu Kontroversial di YouTube?**

- 2. Bagaimana Persamaan dan Perbedaan dalam Gaya Komunikasi Dakwah yang Digunakan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam Menghadapi Isu Kontroversial di YouTube?**

C. Tujuan Penelitian

Di era digital saat ini, YouTube menjadi salah satu media dakwah yang banyak dimanfaatkan oleh para dai untuk menjangkau masyarakat luas. Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar merupakan dua figur yang aktif berdakwah di platform ini, masing-masing dengan gaya komunikasi yang unik dalam merespon isu-isu kontroversial. Perbedaan pendekatan keduanya menarik untuk dikaji guna memahami strategi dakwah yang efektif di ruang publik digital. Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisa Gaya Komunikasi Dakwah yang Diterapkan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam Merespon Isu Kontroversial di YouTube
2. Menganalisa Persamaan dan Perbedaan dalam Gaya Komunikasi Dakwah yang Digunakan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam Menghadapi Isu Kontroversial di YouTube?

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang penting dan relevan dalam konteks dunia penelitian dan pendidikan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi para peneliti, akademisi, dan praktisi dalam memahami dan mengembangkan ilmu dakwah, terutama ketika membahas isu kontroversial. Untuk kegunaan teoritis dan praktis dijabarkan di bawah ini:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah terhadap pengembangan kajian gaya komunikasi dalam konteks dakwah digital. Penelitian ini menawarkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana gaya komunikasi, baik pasif, agresif, maupun asertif, digunakan

oleh da'i dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan di ruang digital seperti YouTube. Dengan menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar dalam merespons isu-isu kontroversial, penelitian ini memperkaya perspektif teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Kreitner dan Kinicki, serta memperluas penerapannya dalam konteks dakwah dan media sosial.

Hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan teoritis mengenai bagaimana pola komunikasi verbal dan nonverbal berperan dalam membentuk hubungan antara da'i dan audiens digital. Selain itu, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan pemahaman tentang pengaruh gaya komunikasi terhadap penerimaan pesan dakwah, khususnya dalam menghadapi isu-isu yang sensitif dan memicu kontroversi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi kajian-kajian komunikasi Islam, dakwah digital, dan komunikasi interpersonal yang menekankan pentingnya gaya dalam membentuk efektivitas komunikasi keagamaan.

2. Kegunaan Praktis

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

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai struktur penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini akan membahas suatu fenomena yang relevan dengan topik yang sedang dibahas, dengan menggunakan pendekatan yang sistematis dan terorganisir. Dalam mencapai tujuan penelitian, sistematika ini disusun untuk memastikan bahwa setiap aspek dari topik yang diteliti dapat dibahas secara menyeluruh dan mendalam.

Sistematika pembahasan ini dirancang agar pembaca dapat mengikuti alur penelitian dengan mudah, dimulai dari pengenalan masalah hingga pada pemahaman yang lebih luas mengenai hasil yang diperoleh. Penelitian ini juga bertujuan untuk menggali berbagai perspektif yang dapat memberikan penjelasan lebih jelas mengenai fenomena yang terjadi, serta memberikan kontribusi pada pemahaman ilmu pengetahuan di bidang yang relevan. Struktur ini disusun untuk memberikan kerangka kerja yang jelas, memfasilitasi analisis yang mendalam, serta memudahkan pembaca untuk memahami inti dari penelitian yang dilakukan.

Dengan pendekatan yang terorganisir ini, diharapkan hasil penelitian yang dihasilkan dapat memberikan wawasan yang berguna dan aplikatif, serta memperkaya diskursus ilmiah dalam bidang yang sedang diteliti. Sistematika pembahasan ini juga memberikan ruang bagi analisis kritis yang akan mengarah pada kesimpulan yang relevan, serta memberikan saran-saran untuk penelitian lebih lanjut di masa depan.

Tesis ini disusun untuk menjawab kebutuhan akan pemahaman mendalam terkait fenomena dakwah digital yang berkembang pesat, khususnya di platform YouTube. Perkembangan ini menjadi titik tolak dalam Bab I, yakni Pendahuluan, yang diawali dengan pemaparan latar belakang masalah. Bab ini menjelaskan bahwa dakwah telah berevolusi dari bentuk konvensional seperti ceramah langsung menjadi dakwah digital yang dapat menjangkau audiens secara lebih luas dan heterogen. Media sosial, terutama YouTube, menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan keagamaan, khususnya kepada generasi muda yang akrab dengan teknologi. Dalam konteks ini, muncul pula berbagai isu kontroversial yang mengiringi penyampaian dakwah, baik dari segi topik maupun metode penyampaiannya. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada dua tokoh dakwah digital terkemuka, yakni Ustadz Felix Siauw dan Habib Jafar, dengan menelaah gaya komunikasi mereka dalam menyampaikan dakwah melalui YouTube.

Rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada pertanyaan-pertanyaan utama seperti: bagaimana gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Felix Siauw dan Habib Jafar di YouTube? Apa saja persamaan dan perbedaan gaya komunikasi mereka dalam berinteraksi dengan audiens? Serta bagaimana efektivitas mereka dalam menyesuaikan pesan dakwah dengan karakteristik audiens digital masa kini?

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membandingkan gaya komunikasi dakwah kedua tokoh tersebut, serta menilai efektivitas masing-masing dalam menyampaikan pesan agama melalui media

digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap karakteristik khas dari masing-masing gaya komunikasi, baik dalam hal penggunaan bahasa, pendekatan pesan, maupun teknik penyampaian. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang strategi komunikasi dakwah yang relevan di era digital.

Penelitian ini juga memiliki manfaat teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi dakwah digital, serta menawarkan wawasan baru tentang integrasi antara elemen komunikasi tradisional dan modern. Sementara itu, secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi para dai dan praktisi komunikasi keagamaan dalam merancang konten dakwah yang sesuai dengan kebutuhan audiens digital yang semakin kompleks dan kritis.

Sistematika pembahasan tesis ini terdiri dari lima bab. Bab II merupakan Kajian Pustaka, yang membahas definisi dan konsep-konsep utama seperti dakwah digital, gaya komunikasi, serta isu-isu kontroversial di media sosial. Dalam bab ini juga disajikan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, yang memberikan gambaran tentang perkembangan wacana akademik terkait topik yang diangkat. Pengembangan teori dalam bab ini meliputi teori analisis isi yang menjadi pendekatan utama dalam penelitian ini, serta penyusunan kerangka berpikir sebagai dasar analisis data.

Bab III membahas Metode Penelitian, dengan menggunakan paradigma konstruktivis dan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang dikumpulkan berasal dari video YouTube dakwah Felix Siauw dan Habib Jafar sebagai data

primer, serta literatur-literatur terkait sebagai data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber untuk memastikan keakuratan interpretasi yang dihasilkan.

Bab IV berisi Hasil dan Pembahasan. Pada bagian ini disajikan deskripsi konten dakwah di YouTube dari kedua tokoh, termasuk profil singkat mereka, serta tema-tema kontroversial yang mereka bahas. Kemudian dilakukan analisis gaya komunikasi masing-masing: Felix Siauw dengan gaya yang tegas, sistematis, dan penuh argumentasi logis, serta Habib Jafar yang lebih humanis, inklusif, dan penuh sentuhan emosional. Bab ini juga menyoroti persamaan dan perbedaan di antara keduanya, baik dari sisi bahasa, metode penyampaian, hingga cara mereka melibatkan audiens.

Bab V sebagai Penutup menyajikan kesimpulan dari temuan-temuan utama penelitian, sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah diajukan di awal. Bab ini juga mengakui keterbatasan penelitian, seperti terbatasnya objek dan metode pengumpulan data. Pada bagian akhir, disampaikan saran dan rekomendasi, baik untuk pengembangan teori komunikasi dakwah, panduan praktis bagi para dai dalam memanfaatkan media digital, maupun peluang penelitian lanjutan di platform lain seperti TikTok dan Instagram yang semakin relevan dalam lanskap dakwah modern.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap gaya komunikasi dakwah Ustadz Felix Siauw dan Habib Ja'far dalam merespons isu-isu kontroversial di platform YouTube, dapat disimpulkan bahwa keduanya menunjukkan pendekatan komunikasi yang berbeda namun sama-sama efektif dalam konteks dan segmentasi audiensnya masing-masing. Penelitian ini menggunakan teori Analisis Isi untuk mengkaji struktur bahasa, simbol verbal dan non-verbal, serta strategi retoris yang digunakan oleh kedua tokoh dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman di media digital.

Ustadz Felix Siauw cenderung menggunakan gaya komunikasi yang asertif hingga agresif. Pendekatan ini ditandai oleh penggunaan kalimat normatif, argumentasi yang sistematis, serta penegasan terhadap hukum-hukum Islam dalam menjawab isu-isu kontroversial seperti LGBTQ+, konsumsi babi, dan modernitas dalam Islam. Gaya ini memperlihatkan otoritas keagamaan yang kuat dan cocok untuk audiens yang telah memiliki pemahaman dasar keislaman atau berada dalam proses penguatan identitas religius.

Di sisi lain, Habib Ja'far menampilkan gaya komunikasi pasif-asertif yang bersifat inklusif, empatik, dan adaptif terhadap konteks sosial-kultural audiensnya. Melalui pendekatan yang ringan, humoris, dan naratif, ia berhasil membangun dialog yang akomodatif dengan publik dari berbagai latar belakang, termasuk non-muslim dan kalangan muda. Gaya ini efektif

dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong pemahaman terhadap nilai-nilai Islam tanpa menciptakan jarak atau resistensi. Dengan demikian, perbedaan gaya komunikasi antara Ustadz Felix dan Habib Ja'far tidak menunjukkan kontradiksi, melainkan mencerminkan keragaman strategi dakwah di era digital. Pemilihan gaya komunikasi yang tepat, sesuai dengan karakteristik audiens dan sifat isu yang diangkat, menjadi kunci dalam efektivitas penyampaian pesan dakwah. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi dakwah yang berhasil di era digital tidak hanya memerlukan pemahaman keagamaan yang mendalam, tetapi juga kecakapan komunikasi yang kontekstual, inklusif, dan simbolik sesuai dengan dinamika media dan masyarakat modern.

B. SARAN ATAU REKOMENDASI

1. Saran untuk Pengembangan Teoritis

Penelitian ini membuktikan bahwa teori analisis isi (content analysis) sangat relevan digunakan dalam mengkaji komunikasi dakwah digital, khususnya dalam memahami konstruksi simbolik dan pola bahasa dalam media sosial. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian-penelitian berikutnya mengembangkan pendekatan ini dengan menggabungkan teori komunikasi lainnya, seperti teori framing atau critical discourse analysis, untuk mengungkap lebih dalam dimensi ideologis, politis, atau kultural yang tersembunyi dalam konten dakwah digital. Pengembangan teori juga dapat diarahkan untuk membangun

model komunikasi dakwah yang integratif dan kontekstual berbasis media baru.

2. Saran bagi Praktisi Dakwah dan Komunikasi

Bagi para pendakwah dan pelaku komunikasi Islam, penting untuk memahami bahwa keberhasilan dakwah di ruang digital tidak hanya bergantung pada kekuatan materi dakwah, tetapi juga pada kemampuan menyusun pesan secara komunikatif, empatik, dan sesuai dengan karakteristik audiens. Gaya komunikasi yang terlalu normatif dan agresif dapat menimbulkan resistensi, sementara gaya yang terlalu longgar berpotensi menimbulkan bias pemaknaan. Oleh karena itu, para praktisi diharapkan mampu menyeimbangkan antara ketegasan nilai dan keluwesan penyampaian, sebagaimana telah dicontohkan oleh Ustadz Felix Siauw dan Habib Ja'far dalam segmen audiens yang berbeda.

3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokus dua tokoh dan dua program YouTube yang dianalisis. Oleh karena itu, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar memperluas objek kajian, baik dari segi jumlah tokoh, variasi isu kontroversial, maupun jenis platform media sosial yang digunakan (seperti TikTok, Instagram Reels, atau podcast). Penelitian mendatang juga dapat mengeksplorasi respon audiens secara langsung melalui survei atau analisis komentar, sehingga dimensi penerimaan dan persepsi khalayak dapat diukur secara empiris. Selain

itu, analisis longitudinal juga dapat dilakukan untuk melihat perubahan gaya komunikasi dakwah dari waktu ke waktu.



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Abdillah, L. A., H. S. Sufyati, P. Muniarty, I. Nanda, S. D. Retnandari, W. Wulandari, A. H. Prasetyo, S. Sinambela, M. Mansur, dan T. Z. Aulia. *Metode Penelitian dan Analisis Data Comprehensive*. Vol. 1. Penerbit Insania, 2021.
- Arifin, Anwar. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.
- Danandjaja, James. *Folklor Indonesia: Ilmu Gosip, Dongeng dan Lain-Lain*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Darmawan, D., Y. R. Ramadhani, P. Harto, E. B. Gumilar, L. Lusiani, D. I. Pramayanti, I. W. E. Arsawan, G. Wicaksono, T. F. Nisa, dan T. Tanwir. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2024.
- DeVito, Joseph A. *The Interpersonal Communication Book*. Boston: Pearson, 2013.
- Djerubu, D., H. Kremer, I. K. Mustikarani, D. Herdhianta, D. Ardyanti, T. S. Agustina, M. Rizqi, E. Tonapa, N. N. S. A. Dewi, dan R. W. K. Wardani. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pradina Pustaka, 2022.
- Edited by Nathan Houser and Christian Kloesel. Bloomington: Indiana University Press, 1992–1998.
- Santaella, Lucia. *Semiotics of Peirce: A Reader*. Toronto: University of Toronto Press, 2001.
- Effendy, Onong Uchjana. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009.
- Gunawan, Heri. *Pendidikan Karakter: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Handoko, Y., H. A. Wijaya, dan A. Lestari. *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Haro, M., J. Annissa, S. IP, I. Mustafa, S. I. Kom, M. I. Kom, S. S. Yulyuswarni, S. Tonasih, S. K. M. Atun Farihatun, dan M. KM. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV. DOTPLUS Publisher, 2021.
- Hidayat, Abdul, dan Dadang Kahmad. *Sosiologi Agama*. Bandung: Pustaka Setia, 2007.
- Jalaluddin, Rahmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Knapp, Mark L. *Interpersonal Communication and Human Relationships*. Boston: Allyn & Bacon, 1984.
- Kreitner, Robert, dan Angelo Kinicki. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba

- Empat, 2014.
- Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. 9th ed. Belmont, CA: Wadsworth, 2009. Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of human communication* (9th ed.). Belmont, CA: Wadsworth.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- Mulyana, Deddy. *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- . *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.
- Mudjiyanto, Bambang, dan Emilsyah Nur. “*Semiotics in Research Method of Communication*.” *Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa PEKOMMAS* 16, no. 1 (2013): 73–82.
- Mutakin, A., dan S. U. Khasanah. *Moderasi Dakwah untuk Generasi Millenial melalui Media Digital*. Publica Indonesia Utama, 2023.
- Nasution, Abdul Fattah. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Harfa Creative, 2023.
- Nurzaman, Mochamad. *Komunikasi Interpersonal: Pendekatan Psikologi dan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Peirce, Charles Sanders. *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings*, Vol. 1 and 2, 2011.
- Santaella, L. (2001). *Matrizes Da Linguagem E Pensamento: Sonora, Visual, Verbal: Aplicações Na Hipermídia*. Editora Iluminuras Ltda.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sujana, Nana. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2014.
- Sutrisno, E. *Dakwah Digital di Era Milenial*. GUEPEDIA, 2022.
- Syam, M. Taufiq. *Pengantar Studi Media Dakwah Digital*. Liyan Pustaka Ide, 2022.
- Taufik, M. Taufiq. *Dakwah Era Digital: Sejarah, Metode dan Perkembangan*. Vol. 1. Yayasan Islam Ta’limiyah Al-Ikhlas, 2020.
- Tubbs, Stewart L., dan Sylvia Moss. *Human Communication*. New York: McGraw-Hill, 2000.
- Uyuni, Binti. *Media Dakwah Era Digital*. Penerbit Assofa, 2023.
- Waliulu, Y. S., S. Sos, M. I. Kom, S. K. M. Indah Naryanti, W. Seneru, S. E. Titi Nugraheni, M. S. MM, S. E. Misdiyono, M. I. MM, dan L. Suhirman. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Cendikia Mulia Mandiri, 2024.
- Zein, Naf'an Tarihoran. *Komunikasi Dakwah: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.

2. Jurnal

- Abdurrahman, Q., dan Dadan Badruzaman. 2023. "Tantangan dan Peluang Dakwah Islam di Era Digital." *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2: 152–162.
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- Afandi, Yayan. 2023. "Kolaborasi, Kreatifitas dan Kemanusiaan: Aktivitas Dakwah Habib Jafar di YouTube." *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2: 30–44.
- Alawiyah, Tazkiyatun. 2022. "Analisis Gaya Komunikasi Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube 'Pemuda Tersesat'." Skripsi, UIN Ar-Raniry.
- Andra, Desi Citra. 2024. "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja'far di Channel YouTube Jeda Nulis." Skripsi, Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Andriani, Aulia Desy. 2023. "Dakwah Virtual: Internet Sebagai Reaktualisasi Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital." *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 23, no. 2: 175–188.
- Azzahra, Siti Fatimah, dan Riska Ayu Mulyani Malayati. 2024. "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus pada Channel YouTube." *Spektra Komunika* 3, no. 1: 50–71.
- Berger, Jonah, and Katherine L. Milkman. 2012. "What Makes Online Content Viral?" *Journal of Marketing Research* 49 (2): 192–205.
- Cindrakasih, Reni, dkk. 2024. "Keragaman dan Inklusi dalam Kampanye Komunikasi Konten Habib Jafar." *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)* 7, no. 4: 16074–16081.
- Dzulkifli, A. M., & Safnazzahro, M. Z. (2024). Model Komunikasi Dakwah Habib Ja'far Dalam Youtube Chanel Noice "Berbeda Tapi Bersama Season 2". *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(5), 206-215.
- Fitriyah, Izzatun, dan Haqqul Yaqin. 2024. "Analisis Wacana Dakwah Habib Ja'far Tentang Moderasi Beragama: Pembentukan Narasi Keberagaman di Platform YouTube." *Religi: Jurnal Studi Agama-Agama* 20, no. 2: 181–198.
- Hayat, Nurul Mufidah, dan Zulfikar Ahmad Riam. 2022. "Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam." *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam* 5, no. 2: 227–240.
- Hasna, S. 2022. "Selebriti dan fandom di era media sosial: Fenomena selebgram". *Jurnal Al Azhar Indonesia: Seri Ilmu Sosial*, 3(1), 1–7.

- Hermanto, Jaka Hadian. "Representasi Makna Tauhid Rububiyyah Dalam Dakwah Dr. Zakir Naik." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Husna, Nurul. 2021. "Metode Dakwah Islam dalam Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah* 1, no. 1: 97–105.
- Iqbal, Muhammad, dan Abdul Asman. 2021. "Dakwah Digital sebagai Sarana Peningkatan Pemahaman Moderasi Beragama di Kalangan Pemuda." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 2: 172–183.
- Iskandar, Abdul, dan Muhammad Habibi. 2023. "Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar)." *Jurnal Kemuhammadiyahan dan Integrasi Ilmu* 1, no. 1: 33–37.
- Khairunniza, Lintang D.E., Bunyamin Maftuh, dan Edi Mulyana Setiadi. 2023. "Memahami Hubungan Antara Fenomena Cancel Culture dan Pembentukan Keterampilan Resolusi Konflik dalam Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial." *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik* 5, no. 2: 137–150.
- Mabruk, M., dan Muhammad Arif Hairul. 2022. "Transformasi Dakwah Pesantren di Era Digital: Membaca Peluang dan Tantangan." *An-Nida'* 46, no. 2: 231–250.
- Maresta, Della, dan A. Al Farisi. 2024. "Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif di Kanal YouTube Al-Bahjah TV." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1: 61–80.
- Millah, Ahmad Syaiful. 2018. "Retorika Dakwah Ustadz Handy Bonny." Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Moleong, Lexy J. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhaemin, E. 2017. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2: 341–356.
- Mutmainna, M., dan Rakhmat Tasruddin. 2025. "Strategi Dakwah Ust. Felix Siauw Melalui Platform Media YouTube di Era Society 5.0." *Respon: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi* 6, no. 1: 13–20.
- Muttaqin, Jajang. 2022. "Ulama Perempuan dalam Dakwah Digital: Studi Kebangkitan dan Perlawanan atas Wacana Tafsir Patriarkis." *Living Sufism: Journal of Sufism and Psychotherapy* 1, no. 1: 92–104.
- Muhibbin, A., & Sumarjoko, B. 2016. "Model Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Berbasis Isu-Isu Kontroversial Di Media Massa Untuk Meningkatkan Sikap Demokrasi Mahasiswa Dan Implikasinya Bagi Masyarakat Madani." *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 26(1), 45-60.

- Nisa, Nurul Fajriah. 2024. "Religious Moderation in the Da'wah of Habib Hussein Jafar Al Hadar on the Log In - Close The Door Program." *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam* 2, no. 1: 42–55.
- Nugraha, Rinaldi H., M. Parhan, dan A. Aghnia. 2020. "Motivasi Hijrah Milenial Muslim Perkotaan Melalui Dakwah Digital." *Muharrak: Jurnal Dakwah dan Sosial* 3, no. 2: 175–194.
- Nurul Muzayyana, M. U. Z. 2020. "Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad dan Ustadz Adi Hidayat di YouTube serta Efeknya terhadap Publik." Tesis, UIN Raden Intan Lampung.
- Pranawukir, I., dkk. 2024. "Komunikasi Dakwah Gus Iqdam Berbasis Nilai-nilai Islam dan Budaya Jawa pada Platform Digital YouTube." *Busyro: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 5, no. 2: 1–5.
- Pratiwi, Bunga Nadya. 2017. "Analisis Gaya Komunikasi Ahmad Faiz Zainuddin." *Jurnal Ilmu Komunikasi Unmul* 5, no. 3: 376–387.
- Pramesti, M. I. (2023). Analisis Gaya Komunikasi Ustadz Adi Hidayat Dalam Berdakwah. *Hikmah*, 17(1), 99-116.
- Rahmawati, Y., dkk. 2024. "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur." *Concept: Journal of Social Humanities and Education* 3, no. 1: 266–279.
- Rakhmawati, Isna. 2016. "Perkembangan Media sebagai Sarana Dakwah." *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1: 51.
- Rambe, Siti Darma. 2024. "Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Felix Siauw di Media Sosial YouTube." Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Salsabiilaa, S., dkk. 2024. "Felix Siauw, Hanan Attaki dan Fenomena Microcelebrity Muslim di Indonesia." *Mutiara: Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah* 2, no. 6: 198–215.
- Sari, Dewi Putri. 2022. "Analisis Semiotika Pesan Dakwah Ustadz Felix Siauw di Akun Instagram @felixsiauw." *Al-Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 1, no. 1: 1–15.
- Saputri, N. P., & Slamet, M. (2023). Gaya Komunikasi Ustadz Toni Yufida Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah. *Spektra Komunika*, 2(2), 208-220.
- Santoso, F. A. (2020). Dampak Penggunaan Gawai Terhadap Pembelajaran Siswa Sd. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(1), 49–54
- Sholihul Huda, Syaiful. 2022. Dakwah Digital Muhammadiyah (Pola Baru Dakwah Era Disrupsi). Samudra Biru.
- Syahputra, Ismail. 2017. "Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia." *Jurnal Aspikom* 3, no. 3: 457–475.

- Syahriyan, Muhammad, dan Raden Darojatun. 2023. "Strategi Dakwah Forum Komunikasi Da'i Muda Indonesia (FKDMI) dalam Meningkatkan Kredibilitas Da'i di Provinsi Banten." *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 14, no. 2: 118–134.
- Ummah, A. H. 2020. "Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmu* 18, no. 1: 54–78.
- Wahyuni, R., dan Siti R. Harahap. 2023. "Efektivitas Media Sosial sebagai Media Dakwah pada Era Digital: Studi Literature Review." *An-Nadwah* 29, no. 2.
- Wijaya, Anang. 2015. "Gaya Komunikasi Pemimpin PT. Astra International UD Trucks Cabang Romokalisari Gresik." Skripsi, Petra Christian University.
- Yani, Cici. 2019. "Pencegahan Hoax di Media Sosial Guna Memelihara Harmoni Sosial." *Jurnal Lemhannas RI* 7, no. 4: 15–21.
- Zuhri, M. A. M., dan Lusia Christiani. 2019. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Library Based Community (Studi Kasus Komunitas Perpustakaan Jalanan Solo @Koperjas)." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 7, no. 2: 21–30.

3. Sumber Internet.

- Abidin, Y. Z. (2015). Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif Teori & Aplikasi. 376p.
<https://repository.telkomuniversity.ac.id/pustaka/122069/metode-penelitian-komunikasi-penelitian-kuantitatif-teori-aplikasi.html>
- Ahmad, J. (2018). "Desain penelitian analisis isi (Content analysis)." *Research Gate*, 5(9), 1–20.
https://www.researchgate.net/publication/325965331_Desain_Penelitian_Analisis_Isi_Content_Analysis
- Annur, M. Cindy. (2024). "Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024." Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ea436ab12f2/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Arlodo, I. (2023). "Profil Isa Zega, Transgender yang Dikecam Anggota DPR RI karena Pakai Cadar saat Umrah." Radar Mejokerto.
<https://www.ilovepdf.com/id/download/b199bbkd068cnwgd6fd95yfddc323wgdpssAxsy9q88d5037scq6rkd7fpnndxkmAdb81gy9t6xdb7sz1632htyfny5y76xgcnpmd5hbkp4hfdsd25wA3m0pbyp05yxew66xgnwdqvg0hnbzppl9g2m93sc5hp031fd5c8j6761rszfAvrq/77w>

detikNews. (2024, February 23). "Kronologi Galih Loss Ditangkap Gara-Gara Konten Penistaan Agama." detik.com. <https://news.detik.com/berita/d-7308769/kronologi-galih-loss-ditangkap-gara-gara-konten-penistaan-agama>.

Felix Siauw. (2025). "Islam Modern Boleh Makan Babi & Jadi Guy?!" Retrieved from <https://youtu.be/r0d-zqIl9Fo?si=VF5vh2bzhD7j3xrp>

Felix Siauw. (n.d.). Instagram. Retrieved May 31, 2025, from <https://www.instagram.com/felixsiauw/>

Felix Siauw. (n.d.). YouTube Channel. Retrieved May 31, 2025, from <https://www.youtube.com/@felixsiauw>

Kompas.com. (2022, June 25). "Kronologi dan Motif Promosi Miras Holywings Muhammad-Maria." Kompas. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/06/25/082740265/kronologi-dan-motif-promosi-miras-holywings-muhammad-maria>.

