



VOLUME 01 NO 01 | | E-ISSN: XX-XXX-XXX

## ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAKWAH WAKIL TALQIN TQN DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE

Fikri Aulia Mulyadi<sup>1</sup>, Dadang Muliawan<sup>2\*</sup>, Ahmad Ramdan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, STID Sirnarasa, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, STID Sirnarasa, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, STID Sirnarasa, Indonesia

\*Email korepondesi: dmuliawan@stidsirnarasa.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah para Wakil Talqin dalam penyampaian ceramah melalui media YouTube. Fokus kajian diarahkan pada penggunaan unsur komunikasi verbal dan nonverbal yang membentuk efektivitas penyampaian pesan dakwah di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Data diperoleh melalui pengamatan terhadap konten ceramah para Wakil Talqin di YouTube, kemudian dianalisis dengan memperhatikan aspek vokal, ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta strategi penyampaian pesan yang digunakan dalam proses komunikasi dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah yang digunakan cenderung santai namun tetap terkontrol dan tegas, sehingga mampu menciptakan suasana komunikasi yang tidak menekan bagi audiens. Para Wakil Talqin juga mampu menyesuaikan gaya penyampaian dengan dinamika audiens virtual serta memanfaatkan unsur nonverbal seperti intonasi suara, ekspresi wajah, dan gestur tubuh untuk memperkuat makna pesan yang disampaikan. Strategi komunikasi tersebut mendorong audiens untuk memahami pesan dakwah secara lebih reflektif dan mendalam. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa keberagaman gaya komunikasi, seperti gaya santai, dominan, dan terbuka, dapat menjadi strategi dakwah yang efektif dalam konteks media digital. Pendekatan ini memungkinkan pesan spiritual Tarekat Qadiriyah Naqsyabandiyah (TQN) disampaikan secara komunikatif, mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat, serta memperkuat otoritas ajaran melalui penyampaian yang berbasis pada kedalaman spiritual dan landasan keilmuan.

**Kata kunci:** gaya komunikasi, dakwah digital, Wakil Talqin, YouTube, komunikasi dakwah.

### Abstract

This study aims to analyze the communication style of Islamic preaching delivered by Wakil Talqin through the YouTube platform. The focus of the study is to examine the use of verbal and non-verbal communication elements that shape the effectiveness of delivering religious

messages in the digital space. This research employs a qualitative approach with a descriptive analysis method. Data were collected through observations of Wakil Talqin sermons on YouTube and analyzed by examining vocal elements, facial expressions, body language, and message delivery strategies used in the preaching communication process. The findings indicate that the communication style applied in the sermons tends to be relaxed yet controlled and assertive, creating a non-pressuring communication atmosphere for the audience. The Wakil Talqin are also able to adapt their speaking style to the dynamics of virtual audiences and utilize non-verbal elements such as voice intonation, facial expressions, and body gestures to strengthen the meaning of the conveyed messages. These communication strategies encourage audiences to reflect more deeply on the religious messages presented. The implications of this study suggest that diverse communication styles, including relaxed, dominant, and open styles, function as effective preaching strategies in digital media contexts. This approach enables the spiritual teachings of the Tarekat Qadiriyyah Naqsyabandiyah (TQN) to be conveyed more communicatively, making them easier to understand for broader audiences while reinforcing the authority of the teachings through spiritually grounded and scholarly communication.

**Keyword:** communication style, digital preaching, Wakil Talqin, YouTube, da'wah communication.

## PENDAHULUAN

Setiap individu memiliki cara berkomunikasi yang berbeda-beda, dan perbedaan tersebut membentuk gaya komunikasi yang menjadi ciri khas dalam proses interaksi sosial. Gaya komunikasi berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang menyampaikan pesan serta bagaimana pesan tersebut dipahami oleh orang lain. Pemahaman terhadap gaya komunikasi tidak hanya membantu seseorang dalam membangun interaksi yang lebih efektif, tetapi juga mendorong kesadaran terhadap pola komunikasi diri sendiri. Kesadaran ini penting karena kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi dapat meningkatkan kualitas hubungan interpersonal serta meminimalkan kesalahpahaman dalam berbagai konteks komunikasi.

Dalam kehidupan sosial, kemampuan menyesuaikan gaya komunikasi menjadi faktor penting dalam menciptakan interaksi yang harmonis, baik dalam lingkungan keluarga, pertemanan, pekerjaan, maupun kegiatan keagamaan seperti dakwah. Menurut McCallister (1992) dalam Liliweri (2015), gaya komunikasi menjelaskan bagaimana seseorang mengirim dan menerima pesan dalam proses interaksi dengan orang lain. Gaya komunikasi bersifat personal karena individu cenderung menggunakan pola komunikasi tertentu secara konsisten dalam berinteraksi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap gaya komunikasi menjadi salah satu kunci dalam membangun hubungan sosial yang efektif serta memperkuat proses pertukaran gagasan dan pemikiran.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi turut mengubah pola penyebaran pesan komunikasi di masyarakat (Yoga, 2018). Pesan komunikasi kini tidak hanya diperoleh melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui media digital yang mampu menjangkau audiens lebih luas tanpa batasan ruang dan waktu. Media sosial menjadi salah satu sarana penting dalam penyebaran informasi dan pengetahuan, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan. Platform seperti YouTube memungkinkan pesan disampaikan dalam bentuk audio visual sehingga memudahkan audiens memahami pesan yang disampaikan sekaligus memberikan pengalaman komunikasi yang lebih menarik.

Untuk memahami makna pesan yang disampaikan melalui media digital, diperlukan pendekatan analisis yang mampu mengkaji berbagai elemen komunikasi yang terdapat dalam sebuah konten. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah semiotika yang dikembangkan oleh Charles Sanders Peirce. Dalam perspektif semiotika, makna suatu pesan dapat dipahami melalui hubungan antara tanda (*sign*), objek, dan interpretasi makna (*interpretant*) yang terbentuk dalam proses pemaknaan (Morissan, 2013). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis berbagai unsur komunikasi, baik yang bersifat verbal maupun nonverbal, yang muncul dalam sebuah pesan komunikasi, termasuk dalam konten dakwah berbasis media digital.

Dalam perspektif Islam, dakwah pada hakikatnya merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat (Andrian, 2020). Al-Qur'an menegaskan pentingnya menyampaikan dakwah dengan cara yang bijaksana dan penuh hikmah sebagaimana tercantum dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2025). Selain itu, Rasulullah SAW juga mendorong umat Islam untuk menyampaikan pesan kebaikan meskipun hanya satu ayat sebagaimana disebutkan dalam hadis riwayat Bukhari. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas dakwah merupakan tanggung jawab bersama yang bertujuan menumbuhkan kesadaran spiritual serta memperbaiki kehidupan sosial masyarakat. Dakwah pada dasarnya merupakan bentuk komunikasi khusus yang berisi pesan-pesan ajaran Islam dengan tujuan mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat agar lebih mendekati nilai-nilai kebaikan (Lumbu, 2020).

Seiring dengan perkembangan media digital, aktivitas dakwah juga mengalami transformasi ke dalam ruang virtual. Para Wakil Talqin Tarekat Qadiriyyah Naqsyabandiyah (TQN) Ma'had Suryalaya Sirnarasa PPKN III merupakan salah satu kelompok pendakwah yang aktif menyampaikan dakwah melalui media sosial, khususnya YouTube. Ceramah yang disampaikan oleh para Wakil Talqin menampilkan beragam gaya komunikasi, mulai dari pendekatan yang santai, tegas, hingga humoris, sehingga mampu menarik perhatian audiens yang luas. Dakwah yang disampaikan tidak hanya berisi nasihat keagamaan, tetapi juga mengandung refleksi kehidupan serta solusi spiritual yang diperoleh dari pengalaman dakwah dan bimbingan para mursyid TQN (Yusuf & Qohar, 2019). Fenomena ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi memiliki peran penting dalam keberhasilan penyampaian pesan dakwah di media digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin TQN yang disampaikan melalui platform YouTube.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di media sosial YouTube. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan menggambarkan dan menafsirkan fenomena komunikasi secara holistik dalam konteks yang alami. Penelitian kualitatif berfokus pada upaya memahami perilaku, pandangan, serta tindakan subjek penelitian melalui penyajian data secara naratif dan mendalam (Moleong, 2013). Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti mengungkap realitas sosial secara komprehensif melalui penggambaran fakta dan data yang diperoleh di lapangan (Mulyana,

2008). Dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun melalui proses interpretasi terhadap berbagai sumber data yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti (Fiantika et al., 2022). Subjek penelitian ini adalah para Wakil Talqin yang aktif menyampaikan dakwah melalui media sosial YouTube, yaitu K.H. Budi Rahman Hakim, M.S.W., Ph.D., Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam, L.C., S.Si., M.Ag., dan K.H. Dr. Isep Zaenal Arifin, M.Ag. Sumber data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh dari konten video dakwah pada kanal YouTube seperti “Budi Rahman Hakim”, “Asep Wahyu Supriatna”, dan “Isep ZA Official”, serta data sekunder yang berasal dari literatur, dokumen, dan sumber tertulis lain yang relevan dengan topik penelitian (Abdussamad, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap konten video dakwah di YouTube, dokumentasi terhadap berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan gaya komunikasi dakwah, serta wawancara terstruktur dengan informan yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian, termasuk audiens atau penonton konten dakwah tersebut (Zuriah, 2009). Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan semiotika Charles Sanders Peirce untuk memahami hubungan antara tanda, objek, dan makna dalam pesan komunikasi yang disampaikan melalui media digital (Morissan, 2013). Proses analisis data mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi sebagaimana dikemukakan oleh Miles (2014). Keabsahan data diperkuat melalui teknik triangulasi dengan membandingkan berbagai sumber data yang diperoleh selama proses penelitian sehingga hasil analisis dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di media sosial YouTube (Rita, 2022).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Variasi Gaya Komunikasi Dakwah Wakil Talqin di Media Sosial

Hasil analisis terhadap beberapa video dakwah Wakil Talqin di platform YouTube menunjukkan adanya variasi gaya komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan keagamaan. Variasi ini terlihat dari penggunaan bahasa, struktur argumentasi, ekspresi nonverbal, serta strategi retorika yang digunakan oleh masing-masing penceramah. Perbedaan gaya komunikasi tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh latar belakang personal penceramah, tetapi juga menunjukkan upaya adaptasi terhadap karakteristik audiens digital.

K.H. Budi Rahman Hakim, M.S.W., Ph.D. menampilkan gaya komunikasi yang cenderung terstruktur dan bernuansa akademis. Dalam ceramah berjudul “*Punya Saingan Itu Penting!*”, beliau menggunakan terminologi keislaman seperti *fastabiqul khairat* untuk menjelaskan konsep berlomba-lomba dalam kebaikan. Penyampaian materi disusun secara sistematis dengan argumentasi yang logis dan berbasis pada referensi keagamaan. Hal ini menunjukkan gaya komunikasi yang menekankan pendekatan rasional dan reflektif dalam menjelaskan pesan dakwah. Meskipun demikian, ekspresi wajah yang ramah serta penggunaan senyuman menunjukkan adanya unsur gaya komunikasi santai yang bertujuan menciptakan suasana komunikasi yang nyaman bagi audiens.

Sementara itu, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam, L.C., S.Si., M.Ag. menunjukkan gaya komunikasi yang lebih normatif dan berwibawa. Dalam ceramahnya yang membahas peran mursyid dalam tarekat, beliau menekankan aspek otoritas spiritual serta hubungan antara mursyid dan murid dalam tradisi Tarekat Qadiriyyah Naqsyabandiyah. Penyampaian pesan didukung oleh penggunaan istilah keagamaan yang kuat serta referensi sejarah Islam. Intonasi suara yang tegas namun tenang memperkuat kesan otoritatif dalam penyampaian pesan dakwah.

Berbeda dengan kedua penceramah tersebut, Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin, M.Ag. menampilkan gaya komunikasi yang lebih dialogis dan komunikatif. Dalam ceramah berjudul "*Mengapa Harus Talqin?*", beliau menjelaskan konsep talqin dengan menggabungkan istilah tasawuf dan analogi populer, seperti penggunaan istilah "autopilot" untuk menjelaskan proses dzikir yang berjalan secara otomatis dalam hati. Penggunaan humor, pertanyaan retorik, serta variasi intonasi menjadi strategi retorika yang efektif untuk menjaga perhatian audiens.

Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah di media digital tidak hanya bergantung pada substansi pesan, tetapi juga pada strategi komunikasi yang digunakan oleh penceramah. Variasi gaya komunikasi memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara lebih adaptif kepada audiens yang beragam.

### **Strategi Retorika dan Adaptasi Dakwah di Media Digital**

Selain variasi gaya komunikasi, penelitian ini juga menemukan bahwa para Wakil Talqin menggunakan berbagai strategi retorika untuk menyesuaikan penyampaian dakwah dengan karakteristik media sosial. Strategi tersebut meliputi penggunaan analogi kehidupan sehari-hari, humor, serta bahasa yang lebih sederhana agar pesan keagamaan yang kompleks dapat dipahami oleh audiens yang lebih luas.

Dalam ceramah K.H. Budi Rahman Hakim, strategi retorika yang digunakan cenderung berbasis argumentasi logis dan sistematis. Pendekatan ini memberikan kesan akademis sekaligus memperkuat legitimasi pesan dakwah yang disampaikan. Sebaliknya, ceramah Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam lebih menekankan pendekatan normatif yang berfokus pada penguatan otoritas spiritual dalam tradisi tarekat.

Sementara itu, Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin menggunakan pendekatan komunikatif yang menggabungkan konsep tasawuf dengan bahasa populer. Strategi ini memungkinkan konsep keagamaan yang kompleks menjadi lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, penggunaan humor dan cerita kontekstual juga berfungsi sebagai sarana untuk menjaga perhatian audiens selama proses komunikasi berlangsung.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah di media sosial sangat dipengaruhi oleh kemampuan penceramah dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik audiens digital.

### **Dampak Gaya Komunikasi Dakwah terhadap Audiens**

Hasil wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap audiens. Dampak tersebut meliputi peningkatan pemahaman keagamaan, perubahan sikap, serta penguatan kondisi emosional dan spiritual.

Salah satu informan, Asep Kamaludin, menyatakan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan dorongan positif terhadap cara pandang hidup serta meningkatkan motivasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Selain menambah wawasan keagamaan, dakwah yang disampaikan juga mendorong terbentuknya sikap disiplin dan produktif. Hal ini menunjukkan adanya dampak pada aspek kognitif dan perilaku audiens.

Informan lain, Zulfa Muhammad Maulidan, menyampaikan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan perspektif baru dalam memahami kehidupan serta memotivasi untuk melakukan perbaikan diri. Penyampaian materi yang sederhana namun didukung oleh dalil keagamaan membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami oleh audiens. Dampak tersebut

menunjukkan adanya perubahan pada aspek pengetahuan dan sikap audiens terhadap nilai-nilai keagamaan.

Selain itu, informan Panji Makalalang menyatakan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan pengaruh terhadap kondisi emosional dan spiritual audiens. Materi dakwah yang disampaikan mampu memberikan ketenangan batin serta solusi terhadap berbagai permasalahan kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pembinaan psikologis dan spiritual.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di media sosial YouTube memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman, sikap, dan kondisi emosional audiens. Keberhasilan dakwah di media digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang mampu menyesuaikan dengan karakteristik audiens dan media yang digunakan.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin Tarekat Qadiriyyah Naqsyabandiyah (TQN) yang disampaikan melalui media sosial YouTube memiliki karakteristik yang beragam dan adaptif terhadap audiens digital. K.H. Budi Rahman Hakim, M.S.W., Ph.D. cenderung menggunakan gaya komunikasi yang terstruktur dan bernuansa akademis dengan pendekatan argumentatif berbasis terminologi keislaman, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam, L.C., S.Si., M.Ag. menampilkan gaya komunikasi normatif dan berwibawa yang menekankan otoritas spiritual dalam tradisi tarekat, sedangkan Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin, M.Ag. menggunakan gaya komunikasi dialogis dan komunikatif melalui penggunaan analogi populer, humor, serta bahasa yang lebih sederhana. Variasi gaya komunikasi tersebut menunjukkan adanya strategi retorika yang disesuaikan dengan karakteristik media sosial sehingga pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih efektif dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin memberikan dampak positif terhadap audiens, baik dalam peningkatan pemahaman keagamaan, perubahan sikap, maupun penguatan kondisi emosional dan spiritual. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial seperti YouTube menjadi sarana yang efektif dalam memperluas jangkauan dakwah serta membangun komunikasi keagamaan yang lebih adaptif dan relevan dengan perkembangan masyarakat di era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA (APA Style)**

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Agusman, & Hanif, M. (2021). Konsep dan pengembangan metode dakwah di era globalisasi. *Jurnal Dakwah*, 53–56.
- Andrian, B. (2020). Komunikasi dakwah dalam tinjauan sosiologi komunikasi. *TASAMUH: Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Islam*, 18(2), 211-224. <https://fdikjournal-uinma.id/index.php/tasamuh/article/view/2642>
- Cangara, H. (2014). *Komunikasi politik: Konsep, teori, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chandra, E. (2017). YouTube sebagai media informasi interaktif. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(2), 407–408.
- Fiantika, F. R., dkk. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). *Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125*. Diakses dari <https://quran.kemenag.go.id>
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Lumbu, A. A. (2020). *Strategi komunikasi dakwah studi masyarakat miskin perkotaan*. Lampung: CV Gre Publishing.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi individu hingga massa (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Sandjaja, S. D., dkk. (1993). *Pengantar komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Yoga, S. (2018). Perubahan sosial budaya masyarakat indonesia dan perkembangan teknologi komunikasi. *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 24(1). Retrieved from <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/3175>