

ANALISIS GAYA KOMUNIKASI DAKWAH WAKIL TALQIN TQN DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE

Fikri Aulia Mulyadi¹, Dadang Muliawan², Ahmad Ramdan³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Sirnarasa, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Sirnarasa, Indonesia

³Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah Sirnarasa, Indonesia

*Email korepondesi: dmuliawan@stidsirnarasa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah para Wakil Talqin melalui media YouTube yang berfokus pada penggunaan unsur komunikasi verbal dan nonverbal. 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 menciptakan suasana komunikasi yang tidak menekan bagi audiens. Para Wakil Talqin 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 Qadiriyyah 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 styles of Wakil Talqin in Islamic preaching through YouTube, with a particular focus on the use of verbal and nonverbal communication elements. This study employed a qualitative approach using a descriptive analysis method. Data were obtained through observations of Wakil Talqin's preaching content on YouTube and were analyzed by examining vocal aspects, facial expressions, body language, and message-delivery strategies employed in the preaching communication process. The findings indicate that the communication style used in preaching tends to be relaxed while remaining controlled and assertive, thereby creating a non-pressuring communication atmosphere for the audience. The Wakil Talqin were able to adapt their delivery styles to the dynamics of virtual audiences and utilize nonverbal elements, such as voice intonation, facial expressions, and body gestures, to reinforce the meaning of the messages conveyed. These communication strategies encourage audiences to understand the preaching messages in a more reflective and profound manner. The implications of this study demonstrate that diverse communication styles, including relaxed, dominant, and open styles, can serve as effective preaching strategies in the context of digital media. This approach enables the spiritual messages of the Qadiriyyah Naqsyabandiyah Order (TQN) to be conveyed communicatively and understood by diverse segments of society, while strengthening the authority of its teachings through a mode of delivery grounded in spiritual depth and scholarly foundations.

Keywords: communication style; digital preaching; Wakil Talqin; YouTube; preaching communication.

Artikel Info:

Submit : xx-xx-2025

Revisi : xx-xx-2025

Terima : xx-xx-2025

Cite :

Mulyadi, F. A., Muliawan, D., & Ramdan, A. (2026). Analisis gaya komunikasi dakwah wakil talqin TQN di media sosial YouTube. *Iktisyaf: Journal of Islamic Communication and Broadcasting Studies*, 1(1), 81--100.

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. Dengan memahami perbedaan gaya komunikasi, kita bisa belajar menyesuaikan diri dalam berbagai situasi sosial, baik dalam lingkungan keluarga, pertemanan, pekerjaan, maupun dalam kegiatan keagamaan seperti dakwah. Gaya komunikasi yang tepat dan efektif akan menciptakan suasana interaksi yang lebih terbuka, saling menghargai, dan minim kesalahpahaman. Oleh karena itu, memiliki kemampuan dalam menyesuaikan gaya komunikasi menjadi salah satu kunci penting dalam membangun relasi yang sukses dan berkelanjutan dengan orang lain.

Kemudian sebuah pesan komunikasi bisa di dapatkan dari mana saja, termasuk dalam dunia maya atau dunia digital yang tersebar lebih luas dan lebih jauh jangkauannya

dibandingkan dengan pesan komunikasi yang di dapat secara langsung, selain itu komunikasi ini dapat mempermudah pengguna untuk mencari lebih jauh dan lebih banyak model pesan komunikasi tanpa terbatas ruang dan waktu, tergantung kebutuhan dan keinginan pengguna dalam mencari maksud atau manfaat pesan yang akan di ambil sebagai pengetahuan, keilmuan, dan informasi.

Metode yang di gunakan untuk memahami atau menganalisis suatu pesan dalam dunia digital atau internet khususnya dalam bentuk audio visual, bisa menggunakan metode yang dikembangkan oleh tokoh ahli filsafat pada abad ke Sembilan, Charles Saunders Peirce (Morissan, 2013 : 36-37) yang dikenal sebagai penggagas teori semiotika modern, ia mendefinisikan semiotika sebagai suatu hubungan antara tanda (simbol), objek, dan makna. Tanda mewakili objek (*referent*) yang ada di dalam pikiran orang yang menginterpretasikannya (*Interpreter*). Peirce menyatakan bahwa representasi dari suatu objek di sebut dengan interpretant. Misalnya Ketika kita mendengar kata “Kucing” maka pikiran kita akan mengvisualisasikan kata itu dengan hewan tertentu. Kata “Kucing” itu sendiri bukanlah sebuah Binatang, namun adalah sebuah makna yang menggambarkan suatu benda atau mahluk, dengan tanda yang memperjelas atau menghubungkan kepada kata tersebut melalui ketiga elemen. Pertama berupa tanda, yaitu kata “Kucing” yang terdiri dari beberapa huruf, atau singkatnya, kata “Kucing” adalah wakil dari tanda. Selanjutnya referen (*referent*) yaitu objek yang tergambarkan oleh kata “kucing” yang terbentuk dari pikiran kita adalah hewan berkaki empat. Terakhir, makna berupa hasil gabungan tanda dan referen yang terbentuk melalui pikiran. Makna kucing bagi mereka yang menyukai kucing adalah hewan yang lucu dan berbulu lembut, sedangkan makna bagi orang yang mempunyai masalah trauma kepada kucing karena pernah digigit atau dicakar kucing akan mempunyai gambaran atau makna berbeda. (Morissan, 2013 : 36-37)

Pesan pada dunia digital perlu sebuah metode atau cara untuk memahami maksud dan makna yang terkandung dalam sebuah konten atau video agar sebuah urgensi dari pesan tersebut tersampaikan dengan baik, maka sangat di anjurkan bagi pengguna digital untuk mengembangkan tehnik atau cara mengambil sebuah pesan komunikasi melalui para tokoh yang mengemukakan ilmu komunikasinya untuk mempermudah pemahaman sampai kepada kita, baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan metode yang sesuai.

Menurut Mc Callister, 1992 dalam Liliweri (2015:254), gaya komunikasi menjelaskan bagaimana cara kita mengirim dan menerima pesan. Kita sebut “Gaya Komunikasi” pribadi karena kita paling sering memakai gaya tertentu ketika kita berkomunikasi dengan orang lain. Tiga kunci yang menjadi dasar bagi interaksi dan relasi dengan orang lain: Interaksi dengan diri sendiri, Interaksi dengan orang lain, Interaksi dengan kelompok

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat dipahami berbagai jenis gaya komunikasi sangat penting untuk menjalin komunikasi yang efektif dengan orang lain, terutama yang memiliki latar belakang budaya, adat istiadat, dan agama yang berbeda dari kita. Hal ini karena setiap individu memiliki cara pandang, persepsi, dan cara memahami realitas sosial yang berbeda-beda, dan semua itu tercermin dalam gaya komunikasinya. Perbedaan ini membuat gaya komunikasi menjadi sangat beragam, tergantung pada kepribadian, pengalaman, serta nilai-nilai yang dianut oleh masing-masing orang. Dalam konteks dakwah Islam, pemahaman terhadap gaya komunikasi menjadi hal yang sangat penting.

Islam sebagai agama yang penuh kasih sayang dan membawa rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil ‘alamin*), mendorong umatnya untuk menyebarkan kebaikan dengan cara yang bijak dan santun. Allah SWT memerintahkan umat Islam untuk saling mengingatkan dalam kebaikan, menyampaikan pesan-pesan agama dengan memberi teladan yang baik,

dan menggunakan pendekatan yang dapat menyentuh hati. Oleh karena itu, dalam berdakwah, seorang Muslim perlu memahami gaya komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, tanpa menimbulkan salah paham atau penolakan. Dalam konteks dakwah, hikmah berarti menghindari hal-hal yang tidak relevan atau kurang tepat agar pelaksanaan tugas dakwah bisa lebih efektif dan tepat sasaran. (Agusman & Muhammad Hanif, 2021 : 53)

Rasulullah SAW adalah sang pendakwah, memberi kabar baik kepada umat manusia. Ajakannya untuk membawa umat manusia mendapatkan pencerahan tentu ada halangan dan rintangan yang keras. Namun Rasulullah tidak pernah menyerah. Pada hasilnya islam bisa diterima umat manusia dan moral umat manusia semakin membaik. Sepeninggalan beliau, islam tetap eksis dan ikut mewarnai peradaban yang ada pada saat ini. Yusuf & Qohar (2019: 26-28) mengungkapkan bahwa komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) dalam kegiatan sehari-hari karena pada dasarnya adalah pertukaran ide atau gagasan. Komunikasi disebut primer (langsung) karena dimaksudkan untuk menyampaikan pesan atau ide dari satu orang ke orang lain dengan tujuan untuk mencapai konsensus tentang ide atau gagasan tersebut. Kemampuan berkomunikasi dengan baik, di sisi lain, memungkinkan orang untuk mengembangkan pemikiran kritis dan ide baru. Ini adalah langkah pertama menuju penciptaan ilmu pengetahuan.

Kegiatan komunikasi dan dakwah tidak dapat dipisahkan, kegiatan dakwah pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi yang spesifik atau khusus. Spesifik karena pesan-pesan yang disampaikan adalah mengenai ajaran Islam. Efektivitas dakwah dapat dilihat dari apakah suatu proses komunikator (*da'i*/subjek dakwah) dapat sampai dan diterima komunikan (*mad'u*/subjek dakwah), sehingga mengakibatkan perubahan perilaku komunikan. Perubahan perilaku tersebut meliputi aspek-aspek pengetahuan, sikap dan perbuatan komunikan yang mengarah atau mendekati tujuan yang ingin dicapai proses komunikasi tersebut (Lumbu, 2020 : 30).

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan terhadap pola penyampaian pesan dakwah. Dakwah yang sebelumnya lebih banyak berlangsung melalui interaksi tatap muka, seperti ceramah di masjid, majelis taklim, pesantren, dan berbagai kegiatan keagamaan, kini berkembang melalui media digital yang memungkinkan pesan keagamaan disampaikan tanpa batas ruang dan waktu. Media sosial memberikan peluang bagi *da'i* untuk menjangkau *mad'u* yang lebih luas dengan karakteristik dan latar belakang yang beragam. Dalam konteks tersebut, dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya pola komunikasi baru antara *da'i* dan audiens. Perubahan tersebut menuntut adanya kemampuan adaptasi dalam penyampaian pesan, baik dari segi bahasa, cara penyajian, penggunaan media maupun gaya komunikasi yang digunakan oleh *da'i*. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah mendorong transformasi dakwah menuju pola komunikasi yang lebih interaktif, partisipatif, dan responsif terhadap karakteristik audiens digital.

Salah satu platform yang memiliki potensi besar dalam penyebaran pesan dakwah adalah YouTube. Berbeda dengan media sosial yang lebih menekankan penyampaian pesan secara singkat, YouTube memungkinkan *da'i* menyampaikan materi keagamaan secara lebih panjang, sistematis, dan mendalam. Karakteristik tersebut menjadikan YouTube tidak hanya sebagai media penyebaran video, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran keagamaan yang memungkinkan audiens mengakses kembali materi dakwah sesuai dengan kebutuhan mereka. Penelitian mengenai transformasi dakwah digital menunjukkan bahwa YouTube memiliki karakter yang mendukung penyampaian materi keagamaan secara lebih mendalam

serta memungkinkan terbentuknya relasi komunikasi yang lebih luas antara da'i dan audiens. Dengan demikian, keberadaan YouTube memberikan peluang bagi para da'i untuk mempertahankan substansi pesan keagamaan sekaligus mengembangkan bentuk penyampaian yang sesuai dengan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi di ruang digital.

Dalam kondisi tersebut, gaya komunikasi menjadi salah satu aspek penting yang menentukan bagaimana pesan dakwah dikonstruksi dan diterima oleh audiens. Gaya komunikasi tidak hanya berkaitan dengan pilihan kata atau cara berbicara, tetapi juga mencakup intonasi, ekspresi, penggunaan humor, analogi, penekanan pesan, bahasa tubuh, serta kemampuan da'i membangun kedekatan dengan mad'u. Setiap da'i dapat memiliki karakter komunikasi yang berbeda meskipun menyampaikan materi keagamaan yang memiliki sumber ajaran yang sama. Perbedaan tersebut dapat terlihat dari cara menjelaskan suatu persoalan, memberikan contoh, menggunakan bahasa, membangun suasana, maupun memberikan penekanan terhadap pesan tertentu. Oleh karena itu, sebagaimana dikemukakan Mc Callister dalam Liliweri (2015:254) bahwa gaya komunikasi menjelaskan bagaimana seseorang mengirim dan menerima pesan, gaya komunikasi dalam dakwah dapat dipahami sebagai bagian yang melekat pada proses penyampaian pesan keagamaan. Dalam konteks dakwah digital, gaya tersebut menjadi semakin penting karena da'i tidak hanya berhadapan dengan audiens secara langsung, tetapi juga dengan audiens yang memiliki kebiasaan, tingkat pemahaman, serta kebutuhan informasi yang beragam. Penelitian mengenai gaya komunikasi dakwah di YouTube juga menunjukkan bahwa unsur bahasa, humor, intonasi, dan pendekatan penyampaian menjadi bagian penting dalam membentuk karakter komunikasi seorang da'i di ruang digital.

Penjelasan di atas menggambarkan topik yang akan diteliti melalui beberapa tokoh publik, yang mana merupakan tokoh yang penulis anggap berhasil dalam mengembangkan gaya komunikasi dakwah, serta penyebaran dakwah yang begitu luas melalui media sosial di zaman sekarang, khususnya platform Youtube, yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat luas, dan dianggap sebagai media informasi, serta media dakwah.

Dalam konteks dakwah Tarekat Qodiriyah Naqsyabandiyah (TQN), keberadaan Wakil Talqin memiliki posisi yang menarik untuk dikaji karena mereka tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga memiliki keterkaitan dengan proses pengamalan dan pengembangan ajaran tarekat. Wakil Talqin merupakan pihak yang dipercaya untuk membantu menyampaikan dan mengembangkan ajaran TQN kepada masyarakat. Penelitian mengenai peran Wakil Talqin dalam pengembangan dakwah TQN menunjukkan bahwa keberadaan mereka berkaitan dengan upaya pengamalan, pengamanan, dan pelestarian ajaran tarekat serta pengembangan dakwah kepada masyarakat yang lebih luas. Posisi tersebut menjadikan Wakil Talqin memiliki karakteristik komunikasi dakwah yang tidak hanya berorientasi pada penyampaian pengetahuan keagamaan, tetapi juga pada pembentukan kesadaran spiritual dan pengamalan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Kekhasan tersebut semakin menarik ketika aktivitas dakwah Wakil Talqin disampaikan melalui media sosial YouTube. Dakwah yang pada awalnya berlangsung dalam ruang-ruang keagamaan dengan interaksi langsung antara da'i dan mad'u kini dapat direkam, ditonton kembali, dan menjangkau masyarakat yang berada di luar lingkungan komunitas TQN. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan ruang komunikasi dakwah tanpa harus menghilangkan karakter pesan yang dibawa oleh para pendakwah. Kanal digital bahkan memungkinkan materi dakwah TQN diakses oleh masyarakat yang tidak hadir secara

langsung dalam kegiatan pengajian, manaqib, maupun kegiatan keagamaan lainnya. Dalam praktiknya, penyebaran dakwah melalui media digital juga telah digunakan untuk mempertahankan keberlangsungan kegiatan keagamaan ketika pertemuan tatap muka mengalami keterbatasan. Misalnya, kegiatan manaqib TQN pernah dialihkan ke kanal YouTube agar tetap dapat diikuti oleh jamaah secara daring.

Peralihan ruang dakwah tersebut kemudian menimbulkan persoalan yang menarik untuk dikaji, yaitu bagaimana para Wakil Talqin membangun komunikasi ketika menyampaikan pesan dakwah melalui media audiovisual. Dalam komunikasi tatap muka, seorang da'i dapat memperoleh respons mad'u secara langsung melalui ekspresi wajah, pertanyaan, maupun respons verbal dan nonverbal lainnya. Sementara itu, komunikasi melalui YouTube menghadirkan karakter audiens yang lebih beragam dan tidak selalu memberikan respons secara langsung. Kondisi tersebut membuat kemampuan da'i dalam memilih bahasa, mengatur intonasi, menggunakan humor, memberikan analogi, menyusun argumentasi, serta membangun kedekatan dengan audiens menjadi semakin penting. Dengan demikian, gaya komunikasi Wakil Talqin di YouTube tidak hanya dapat dilihat sebagai karakter personal seorang da'i, tetapi juga sebagai strategi dalam mengemas pesan keagamaan agar tetap komunikatif dan dapat dipahami oleh audiens yang lebih luas.

Hal tersebut dapat dilihat dari keberagaman karakter penyampaian dakwah para Wakil Talqin yang ditemukan dalam konten YouTube. Berdasarkan pengamatan awal penulis terhadap sejumlah video, terdapat perbedaan dalam cara masing-masing Wakil Talqin menyampaikan pesan. K.H. Budi Rahman Hakim, misalnya, menampilkan perpaduan antara pendekatan akademis dan humor dalam menyampaikan materi dakwah. Sementara itu, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam memperlihatkan karakter penyampaian yang lebih tegas, termasuk melalui penggunaan intonasi dan penekanan suara ketika menyampaikan materi tertentu. Adapun K.H. Isep Zaenal Arifin menunjukkan karakter komunikasi yang akademis tetapi tetap komunikatif melalui penggunaan bahasa yang relatif sederhana, humor, dan analogi untuk menjelaskan materi keagamaan. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa pesan dakwah yang berada dalam lingkungan tradisi keagamaan yang sama dapat disampaikan melalui gaya komunikasi yang berbeda.

Keberagaman gaya tersebut menjadi penting untuk diteliti karena gaya komunikasi dapat memengaruhi bagaimana suatu pesan dibangun, ditekankan, dan dipahami oleh mad'u. Mc Callister dalam Liliweri (2015:254) menjelaskan bahwa gaya komunikasi berkaitan dengan bagaimana seseorang mengirim dan menerima pesan. Dalam konteks Wakil Talqin, gaya tersebut dapat terlihat melalui pilihan bahasa, struktur penyampaian, intonasi, ekspresi, humor, analogi, maupun bentuk penekanan tertentu selama proses dakwah. Oleh sebab itu, penelitian terhadap gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di YouTube tidak hanya bertujuan menggambarkan cara berbicara seorang pendakwah, tetapi juga mengidentifikasi pola komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman dan ajaran TQN kepada audiens digital. Dengan demikian, Wakil Talqin TQN menjadi objek yang relevan untuk dikaji karena berada pada persinggungan antara tradisi dakwah tarekat yang memiliki karakter spiritual dengan perkembangan media digital yang menuntut bentuk komunikasi yang adaptif, komunikatif, dan mudah diterima oleh masyarakat.

Pemikiran dakwah yang terkandung dalam setiap kata kata yang keluar dari lisan mereka, merupakan sebuah catatan pelajaran kehidupan yang didapat dari pengalaman selama berdakwah dan menyebarkan ajaran agama islam, khususnya dalam hal pendalaman ajaran yang beliau anut dari gurunya yang merupakan seorang syekh mursyid Thoriqoh Qodiriyah Naqsyabandiyah Ma'had Suryalaya Sirnarasa PPKN III, yakni Syekh

Muhammad Abdul Gaos saefulloh Maslul Q.S sebagai penyambung estafet kemursyidan yang ke - 38.

Konsep yang dikembangkan oleh para wakil Talqin (secara spesifik) dalam berbagai bentuk kegiatan ceramah mendorong orang untuk dapat memahami sebuah materi atau solusi, sehingga menyadarkan orang untuk melakukan kebaikan-kebaikan. Dakwah yang berkaitan dengan pelaksanaan atau pengamalan dzikir jahar dalam masyarakat dan ikhwan merupakan salah satu bentuk solusi dalam menenangkan hati dan pikiran sehingga pengamalnya dapat menjalani kehidupan dengan damai dan produktif agar kemudian setiap masaah yang terjadi dapat diatasi secara perlahan. Pelaksanaan Dzikir secara tepat akan mendorong orang untuk sadar diri dan memperbaiki diri secara spiritual ketika akan atau telah mengambil sebuah tindakan. Dakwahnya dapat memberikan sebuah rangsangan jiwa untuk melaksanakan tindakan yang benar bagi umat manusia.

Mereka menyampaikan materi tentang nasihat dalam Al-Qur'an dengan menghubungkan pembahasan kepada cerita atau kisah umat terdahulu sebagai gambaran relevan agar setiap orang sadar terhadap dirinya dan tuhan. Kisah tersebut juga mendorong manusia untuk berfikir tentang kehidupan mereka agar menjadi pribadi yang lebih baik. Adapun beberapa Wakil Talqin yang menyampaikan humor dalam sesi dakwahnya bertujuan untuk mencairkan suasana agar dakwah terasa lebih menarik.

Alasan utama penulis memilih para Wakil Talqin karena merupakan para mubaligh yang terbilang ahli dalam menyampaikann dakwah secara universal dengan bentuk gaya dakwah yang interaktif, solutif, dan berintegritas terhadap tugas mulia yang mereka bawa, yakni risalah dzikir, khususnya pada kalangan Ikhwan TQN Ma'had Suryalaya Sirnarasa PPKN III., para wakil Talqin ini juga merupakan sosok yang akademis dengan pemikiran yang modern dan bahasanya yang mudah untuk dipahami.

Dakwahnya berkembang bukan hanya pada lingkungan masyarakat secara langsung, tetapi menjalar kedalam media sosial yang jangkauan lebih luas dan berpengaruh besar. Dakwah para Wakil Talqin biasanya di hadiri oleh para Ikhwan Thoriqoh Qodiriyah Naqsyabandiyah Ma'had Suryalaya Sirnarasa PPKN III dan orang penting atau berpengaruh di lokasi tersebut hingga masyarakat umum tertarik untuk mendengarkan dakwah beliau. Sebagaimana oleh salah satu wakil Talqin, yakni Wakil Talqin dalam salah satu dakwahnya yang berlokasi di Keraton Kacirebonan yang dihadiri oleh Sultan Abdul Ghani Nata Diningrat Dekarangga beserta para masyarakat yang dapat diketahui melalui pada acara Manaqib di sana :



Gambar 1. Manaqib di Keraton Kacirebonan

Berdasarkan latar belakang masalah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang gaya komunikasi dakwah Para Wakil Talqin, Adapun gaya dakwah yang disampaikan pada video tersebut merupakan gambaran salah satu wakil Talqin yang terlihat berpengaruh dan menarik perhatian, adapun beberapa wakil talqin lainnya dapat di saksikan pula di platform Youtube, karena para Wakil Talqin atau yang biasa di panggil Waktal ini merupakan sosok andalan dakwah TQN dalam menyebarkan ajaran yang telah di tonton oleh ratusan hingga ribuan orang. Beberapa diantara videonya adalah: Pertama, dengan judul dakwah "Masker Anti Segala Virus- K.H. Budi Rahman Hakim, M.S.W., Ph.D. di pesantren Sirnarasa PPKN III dengan durasi 50 : 55 yang di publikasikan pada tanggal 15 Januari 2022. Ke-Dua, dengan judul dakwah "Golongan Yang Tidak Akan dikejar Kematian-K.H. Budi Rahman Hakim Al - Khoolish, M.S.W., Ph.D" dengan durasi 04 : 55 dan di publikasi pada tanggal 24 Januari 2022. Kemuadian Wakil Talqin yang lain, yakni Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam L.C, S.Si, M.Ag dengan gaya ceramahnya yang tegas dan menekankan muridnya untuk selalu mengikuti ajaran gurunya serta membahas perkara yang memberikan solusi dan ketenangan agar para ikhwan atau para mustami' beliau dapat intropeksi diri dan sadar diri sehingga timbul rasa memperjuangkan diri sendiri dalam melawan hawa nafsu dan kemaksiatan, suaranya yang meninggi menandakan beliau serius dan teguh dalam menyampaikan kebenaran sebagaimana dalam akun youtube yang menampilkan beliau berdakwah tentang materi TQN, yang bernama "Asep Wahyu Supriatna" yang berjudul "Sifat - sifat Mursyid oleh DR. KH. Muhammad Mufti Najmul Umam Assondany. M.Ag." dengan durasi 33.39 menit.

Kemudian Penulis juga tertarik untuk meneliti kembali salah satu wakil Talqin yang mempunyai karakteristik akademisi, beliau mempunyai akun youtube yang pengikutnya terbilang cukup banyak, dan mengisi kontennya dengan dakwah, salah satu konten dakwah yang penulis teliti pada vidio yang ada pada akun nya yang bernama "Isep ZA Official" memiliki judul "Mengapa harus talqin? Part 1: Dr.KH.ISEP ZAENAL ARIFIN" dengan durasi 42 : 25, Adapun nama lengkap dari Wakil Talqin ini adalah K.H, Dr. Isep Zaenal Arifin, M.Ag. Dari video tersebut menggambarkan bahwa pembawaan dakwah yang di sampaikan beliau memberikan sebuah kesan humoris dan akademis, karena di pengaruhi latar belakang beliau yang merupakan seorang pendidik atau dosen di salah satu universitas di Jawa Barat yakni UIN Sunan Gunung Djati Bandung, akan tetapi Penyesuain materi dakwah yang beliau sampaikan kepada pendengar atau Mad'u disederhanakan sedemikian rupa agar dapat dipahami dengan mudah, beliau memberikan sebuah analogi sebagai metode agar memberikan sebuah gambaran jelas tentang maksud dari materi tersebut.

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, memahami, 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 mengungkapkan realitas sosial secara komprehensif melalui penggambaran fakta dan data yang diperoleh dari objek penelitian (Mulyana, 2008). Dalam penelitian kualitatif, pengetahuan dibangun melalui proses interpretasi terhadap berbagai sumber data yang berkaitan dengan fenomena yang

diteliti (Fiantika et al., 2022). Oleh karena itu, pendekatan ini dipandang relevan untuk mengkaji gaya komunikasi dakwah yang tidak hanya dapat diamati melalui tuturan verbal, tetapi juga melalui tanda-tanda nonverbal, cara penyampaian, ekspresi, intonasi, penggunaan humor, analogi, serta bentuk penekanan pesan yang muncul dalam konten dakwah.

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. Pemilihan ketiga Wakil Talqin tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa masing-masing memiliki karakter penyampaian dakwah yang menunjukkan kekhasan dalam penggunaan bahasa, intonasi, humor, analogi, maupun cara membangun hubungan dengan audiens. Selain itu, ketiganya memiliki konten dakwah yang dapat diakses melalui media YouTube sehingga memungkinkan peneliti melakukan pengamatan terhadap proses komunikasi secara berulang. Dengan demikian, pemilihan subjek tidak semata-mata didasarkan pada popularitas, tetapi pada relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu mengidentifikasi dan mendeskripsikan gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin dalam ruang komunikasi digital.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari konten video dakwah yang dipublikasikan melalui kanal YouTube, antara lain kanal "Budi Rahman Hakim", "Asep Wahyu Supriatna", dan "Isep ZA Official". Video yang dipilih merupakan video yang memuat aktivitas dakwah ketiga Wakil Talqin dan memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian mengenai gaya komunikasi. Data primer berupa rekaman audiovisual selanjutnya diamati dan dicatat berdasarkan aspek-aspek komunikasi yang muncul selama proses dakwah. Data tersebut mencakup tuturan verbal, pilihan kata, bentuk penyampaian pesan, intonasi suara, ekspresi, penggunaan humor, analogi, penekanan terhadap pesan tertentu, serta bentuk komunikasi nonverbal lainnya yang dapat menunjukkan karakter gaya komunikasi masing-masing Wakil Talqin. Sementara itu, data sekunder berasal dari literatur, dokumen, penelitian terdahulu, buku, artikel ilmiah, dan sumber tertulis lain yang relevan dengan komunikasi, dakwah, gaya komunikasi, semiotika, media sosial, serta TQN (Abdussamad, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara terstruktur. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung konten video dakwah pada YouTube secara berulang untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai proses komunikasi yang berlangsung. Pengamatan tidak hanya diarahkan pada materi dakwah yang disampaikan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikomunikasikan kepada audiens. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan video, transkrip atau catatan tuturan, tangkapan bagian-bagian penting dalam video, serta berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan gaya komunikasi dakwah. Selanjutnya, wawancara terstruktur dilakukan dengan informan yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian, termasuk audiens atau penonton konten dakwah tersebut, untuk memperoleh informasi pendukung mengenai bagaimana gaya komunikasi Wakil Talqin dipahami dan diterima oleh audiens (Zuriah, 2009). Data hasil observasi, dokumentasi, dan wawancara kemudian dibandingkan untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai karakter komunikasi dakwah yang ditampilkan oleh para Wakil Talqin.

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). Dalam analisis ini, tanda-tanda yang ditemukan dalam video dipahami melalui tiga unsur utama, yaitu *representamen*, objek, dan

interpretant. *Representamen* berkaitan dengan bentuk tanda yang tampak atau terdengar dalam video, seperti kata-kata, kalimat, intonasi, ekspresi, gestur, humor, maupun analogi yang digunakan oleh *da'i*. Objek merujuk pada sesuatu yang diacu oleh tanda tersebut, sedangkan *interpretant* berkaitan dengan pemaknaan yang terbentuk dari hubungan antara tanda dan objek. Ketiga unsur tersebut digunakan untuk menafsirkan bagaimana gaya komunikasi tertentu ditampilkan dan bagaimana makna pesan dakwah dibangun melalui penggunaan berbagai tanda dalam konten audiovisual.

Proses analisis dilakukan secara bertahap. Pertama, peneliti mengidentifikasi dan memilih bagian-bagian video yang menunjukkan adanya karakteristik gaya komunikasi tertentu. Kedua, bagian yang telah dipilih ditranskripsikan dan diklasifikasikan berdasarkan bentuk tanda yang muncul, baik verbal maupun nonverbal. Ketiga, setiap tanda dianalisis berdasarkan hubungan antara *representamen*, objek, dan *interpretant* untuk menemukan makna yang terkandung di dalamnya. Keempat, hasil analisis tersebut dikelompokkan berdasarkan kecenderungan gaya komunikasi yang ditampilkan oleh masing-masing Wakil Talqin. Selanjutnya, hasil pengelompokan dibandingkan untuk menemukan persamaan dan perbedaan gaya komunikasi dakwah antara K.H. Budi Rahman Hakim, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam, dan K.H. Dr. Isep Zaenal Arifin. Proses analisis data secara keseluruhan 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 (Rita, 2022). Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil pengamatan terhadap video dengan data dokumentasi dan informasi yang diperoleh melalui wawancara. Selain itu, peneliti melakukan perbandingan antarkonten dari masing-masing Wakil Talqin untuk melihat konsistensi karakter gaya komunikasi yang ditampilkan. Langkah tersebut dilakukan agar hasil penelitian tidak hanya didasarkan pada satu potongan video atau satu bentuk tanda tertentu, tetapi diperoleh melalui proses pengamatan dan interpretasi terhadap data yang relevan secara keseluruhan. Dengan demikian, metode penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bentuk, karakteristik, serta makna gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin TQN yang ditampilkan melalui media sosial YouTube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variasi Gaya Komunikasi Dakwah Wakil Talqin di Media Sosial YouTube

Hasil penelitian terhadap konten dakwah Wakil Talqin yang dipublikasikan melalui media sosial YouTube menunjukkan adanya variasi gaya komunikasi dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens. Variasi tersebut terlihat melalui pilihan bahasa, struktur penyampaian pesan, penggunaan istilah keagamaan, intonasi suara, ekspresi wajah, penggunaan humor, analogi, serta cara masing-masing Wakil Talqin membangun hubungan komunikatif dengan audiens. Meskipun ketiga tokoh yang menjadi subjek penelitian berada dalam lingkungan tradisi keagamaan Tarekat Qadiriyyah Naqsyabandiyah (TQN), cara mengemas dan menyampaikan pesan dakwah menunjukkan karakter yang berbeda. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa kesamaan sumber dan orientasi keagamaan tidak selalu menghasilkan pola komunikasi yang seragam.

Variasi gaya komunikasi tersebut juga menunjukkan adanya proses adaptasi terhadap karakteristik media digital. YouTube memungkinkan pesan dakwah disampaikan kepada audiens yang lebih luas dibandingkan dengan dakwah yang berlangsung dalam ruang tatap muka. Audiens tidak selalu berasal dari lingkungan internal TQN, tetapi dapat berasal dari

masyarakat umum yang memiliki tingkat pengetahuan, pengalaman keagamaan, dan kebutuhan informasi yang berbeda. Kondisi tersebut menjadikan cara penyampaian pesan sebagai bagian penting dari keberhasilan komunikasi dakwah. Pesan yang memiliki substansi keagamaan yang kuat tetap memerlukan bentuk penyampaian yang dapat menjembatani perbedaan tingkat pemahaman antara komunikator dan komunikan.

Dalam perspektif komunikasi, gaya komunikasi tidak hanya berkaitan dengan apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut disampaikan. Mc Callister dalam Liliweri (2015:254) menjelaskan bahwa gaya komunikasi berkaitan dengan cara seseorang mengirim dan menerima pesan. Dalam konteks dakwah, cara tersebut dapat berupa pemilihan kata, intonasi, ekspresi, penggunaan ilustrasi, humor, maupun bentuk interaksi lainnya. Dengan demikian, gaya komunikasi Wakil Talqin dapat dipahami sebagai keseluruhan karakter penyampaian pesan yang membentuk ciri khas masing-masing da'i.

Berdasarkan hasil pengamatan, 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. Penggunaan istilah tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah dibangun dengan menghubungkan persoalan kehidupan dengan konsep yang bersumber dari ajaran Islam. Pesan tidak semata-mata disampaikan dalam bentuk nasihat praktis, tetapi terlebih dahulu diarahkan kepada pemahaman terhadap konsep keagamaan yang menjadi dasar argumentasi.

Gaya penyampaian yang terstruktur tersebut menunjukkan adanya kecenderungan komunikasi yang rasional dan reflektif. Materi dakwah disusun melalui argumentasi yang relatif sistematis sehingga audiens diarahkan untuk memahami hubungan antara konsep agama dengan realitas kehidupan. Penggunaan istilah *fastabiqul khairat*, misalnya, dapat dilihat sebagai tanda yang mengarahkan audiens kepada konsep persaingan dalam kebaikan. Dalam perspektif semiotika Charles Sanders Peirce, istilah tersebut berfungsi sebagai *representamen*, sedangkan konsep berlomba-lomba dalam kebaikan menjadi objek yang dirujuk. Pemaknaan yang terbentuk dalam diri audiens kemudian menjadi *interpretant*, yaitu pemahaman bahwa persaingan tidak selalu dimaknai sebagai upaya mengungguli orang lain dalam aspek material, tetapi dapat diarahkan kepada usaha memperbanyak kebaikan.

Penggunaan istilah keagamaan dalam ceramah tersebut dengan demikian memiliki fungsi komunikatif sekaligus persuasif. Istilah keislaman memberikan landasan normatif terhadap pesan yang disampaikan, sedangkan penjelasan yang sistematis membantu audiens memahami relevansi konsep tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Gaya akademis yang ditampilkan K.H. Budi Rahman Hakim juga tidak sepenuhnya bersifat formal. Ekspresi wajah yang ramah, senyuman, serta cara penyampaian yang relatif santai menunjukkan adanya usaha menciptakan suasana komunikasi yang tidak terlalu kaku. Kombinasi antara argumentasi yang terstruktur dan ekspresi yang ramah menunjukkan bahwa gaya akademis dapat berjalan berdampingan dengan gaya interpersonal yang lebih santai.

Hal tersebut penting dalam konteks komunikasi dakwah digital karena audiens YouTube memiliki kebebasan untuk memilih dan meninggalkan suatu konten. Penyampaian yang terlalu formal dan monoton berpotensi mengurangi perhatian audiens, sedangkan penyampaian yang terlalu santai dapat mengurangi kesan keseriusan terhadap pesan keagamaan. Kecenderungan komunikasi K.H. Budi Rahman Hakim memperlihatkan adanya upaya menjaga keseimbangan antara otoritas keilmuan dan kedekatan komunikatif. Oleh

karena itu, gaya komunikasi yang ditampilkan dapat dipahami sebagai perpaduan antara pendekatan akademis, rasional, reflektif, dan interpersonal.

Berbeda dengan K.H. Budi Rahman Hakim, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam, L.C., S.Si., M.Ag. menunjukkan gaya komunikasi yang lebih normatif dan berwibawa. Dalam ceramah yang membahas peran mursyid dalam tarekat, pesan yang disampaikan banyak menekankan kedudukan mursyid serta hubungan antara mursyid dan murid dalam tradisi TQN. Penggunaan istilah keagamaan dan referensi sejarah Islam menjadi bagian penting dalam membangun argumentasi. Gaya komunikasi tersebut memperlihatkan bahwa otoritas keagamaan menjadi salah satu unsur utama dalam proses penyampaian pesan.

Intonasi suara yang tegas tetapi tetap terkendali memperkuat kesan wibawa dalam komunikasi. Dalam komunikasi audiovisual, intonasi tidak hanya berfungsi sebagai unsur vokal, tetapi juga menjadi tanda yang membantu audiens memahami tingkat penekanan suatu pesan. Ketika suara mengalami peningkatan pada bagian tertentu, hal tersebut dapat dimaknai sebagai penegasan terhadap gagasan yang dianggap penting. Dalam perspektif Peirce, intonasi dan ekspresi vokal dapat diposisikan sebagai bagian dari *representamen* yang menghasilkan pemaknaan tertentu pada audiens. *Interpretant* yang muncul dapat berupa kesan keseriusan, ketegasan, dan keyakinan terhadap pesan yang sedang disampaikan.

Gaya normatif yang ditampilkan Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam juga berkaitan dengan karakter pesan yang disampaikan. Ketika materi berhubungan dengan mursyid, murid, dan tradisi tarekat, penggunaan gaya komunikasi yang tegas dapat berfungsi memperkuat struktur nilai yang hendak ditanamkan kepada audiens. Dalam hal ini, komunikasi dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian pengetahuan, tetapi juga pada penguatan sikap dan kepatuhan terhadap nilai-nilai yang menjadi bagian dari tradisi TQN. Dengan demikian, gaya komunikasi yang berwibawa memiliki fungsi untuk membangun legitimasi dan keseriusan pesan.

Sementara itu, Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin, M.Ag. memperlihatkan karakter komunikasi yang lebih dialogis, komunikatif, dan kontekstual. Dalam ceramah berjudul “Mengapa Harus Talqin?”, konsep talqin dijelaskan dengan menggabungkan istilah tasawuf dengan analogi yang lebih dekat dengan pengalaman kehidupan sehari-hari. Salah satu analogi yang digunakan adalah istilah “autopilot” untuk memberikan gambaran mengenai proses dzikir yang berlangsung secara otomatis dalam hati. Penggunaan istilah populer tersebut menunjukkan upaya menerjemahkan konsep keagamaan yang relatif abstrak ke dalam kerangka pemahaman yang lebih familiar bagi audiens.

Penggunaan analogi “autopilot” dapat dipahami sebagai strategi penyederhanaan pesan. Konsep yang berasal dari wilayah spiritual dan tasawuf diterjemahkan melalui istilah yang lebih dikenal dalam kehidupan modern. Secara semiotik, istilah “autopilot” menjadi tanda yang digunakan untuk membantu audiens membangun gambaran tertentu mengenai konsep dzikir. Objek yang dirujuk bukanlah perangkat atau sistem autopilot secara literal, melainkan keadaan ketika suatu proses dapat berlangsung secara otomatis setelah terbentuk melalui latihan dan kebiasaan. Interpretasi terhadap tanda tersebut kemudian membantu audiens memahami konsep spiritual melalui pengalaman yang lebih konkret.

Gaya komunikasi Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin juga ditandai oleh penggunaan humor, pertanyaan retorik, dan variasi intonasi. Humor berfungsi mencairkan suasana, sedangkan pertanyaan retorik digunakan untuk melibatkan audiens dalam proses berpikir. Pola tersebut menciptakan kesan bahwa komunikasi dakwah tidak berlangsung secara satu arah, meskipun secara teknis audiens YouTube tidak selalu berinteraksi secara langsung dengan da'i. Pertanyaan yang diajukan dalam ceramah dapat menciptakan ruang refleksi bagi audiens

sehingga mereka terdorong untuk menghubungkan materi dakwah dengan pengalaman pribadi.

Berdasarkan ketiga tokoh tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat tiga kecenderungan gaya komunikasi yang menonjol. K.H. Budi Rahman Hakim cenderung mengembangkan gaya akademis dan rasional yang diperkuat oleh ekspresi santai; Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam lebih menonjolkan gaya normatif, tegas, dan berwibawa; sedangkan Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin memperlihatkan gaya dialogis, komunikatif, dan kontekstual. Ketiganya memiliki perbedaan dalam bentuk penyampaian, tetapi memiliki kesamaan pada tujuan utama, yaitu menyampaikan pesan keagamaan dan mendorong audiens untuk memahami serta mengamalkan nilai-nilai yang disampaikan.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa gaya komunikasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari konstruksi pesan dakwah. Pesan yang sama-sama berasal dari tradisi keislaman dapat memperoleh bentuk penyampaian yang berbeda sesuai dengan karakter komunikator. Perbedaan tersebut bukan menunjukkan adanya pertentangan substansi, melainkan menunjukkan variasi strategi dalam menjembatani pesan agama dengan karakter audiens. Dengan demikian, variasi gaya komunikasi para Wakil Talqin dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi komunikasi dakwah terhadap kebutuhan audiens dan lingkungan media digital.

Strategi Retorika dan Adaptasi Dakwah di Media Digital

Selain menunjukkan variasi gaya komunikasi, penelitian ini menemukan adanya strategi retorika yang digunakan para Wakil Talqin untuk mempertahankan perhatian audiens dan mempermudah pemahaman terhadap pesan dakwah. Strategi tersebut antara lain penggunaan analogi kehidupan sehari-hari, humor, cerita, pertanyaan retorik, penekanan intonasi, serta penggunaan bahasa yang lebih sederhana. Strategi ini menjadi penting karena karakter komunikasi di YouTube berbeda dengan komunikasi dakwah secara langsung. Audiens memiliki kebebasan memilih konten, menghentikan video, berpindah ke konten lain, atau menonton kembali bagian tertentu.

Dalam konteks tersebut, retorika tidak hanya berkaitan dengan kemampuan berbicara secara persuasif, tetapi juga kemampuan mengemas pesan sehingga memiliki daya tarik dan relevansi bagi audiens. Para Wakil Talqin tidak selalu menggunakan istilah keagamaan dalam bentuk yang kompleks. Pada bagian tertentu, konsep agama diterjemahkan melalui contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Strategi ini memperlihatkan bahwa dakwah digital membutuhkan proses mediasi antara bahasa keagamaan dengan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Ceramah K.H. Budi Rahman Hakim menunjukkan kecenderungan strategi retorika berbasis argumentasi logis dan sistematis. Penggunaan istilah keagamaan seperti *fastabiqul khairat* menjadi titik awal untuk mengembangkan pembahasan mengenai bagaimana manusia memaknai persaingan dalam kehidupan. Strategi semacam ini memberikan kesan akademis sekaligus memperkuat legitimasi pesan yang disampaikan. Audiens tidak hanya diajak menerima suatu nasihat, tetapi juga diarahkan untuk memahami alasan dan dasar pemikiran di balik pesan tersebut.

Sementara itu, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam menggunakan strategi retorika yang lebih menekankan otoritas dan penegasan. Materi tentang mursyid dan hubungan antara mursyid dengan murid disampaikan dengan intonasi yang kuat dan pilihan istilah keagamaan yang relatif spesifik. Strategi tersebut sesuai dengan karakter materi yang membutuhkan penekanan terhadap kedudukan dan nilai tertentu dalam tradisi tarekat.

Dengan demikian, bentuk retorika yang digunakan tidak dapat dilepaskan dari karakter pesan yang disampaikan.

Pada sisi lain, Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin memperlihatkan strategi retorika yang lebih fleksibel. Konsep tasawuf dijelaskan melalui bahasa populer, analogi, humor, dan cerita kontekstual. Strategi ini menjadikan materi yang bersifat abstrak lebih mudah dipahami. Penggunaan analogi “autopilot” misalnya, memperlihatkan bagaimana suatu konsep spiritual dapat dikaitkan dengan pengalaman yang lebih dikenal oleh masyarakat modern. Hal tersebut menjadi salah satu bentuk adaptasi bahasa dakwah terhadap perkembangan budaya komunikasi masyarakat.

Humor juga memiliki fungsi strategis dalam dakwah. Humor tidak semata-mata digunakan untuk membuat audiens tertawa, tetapi dapat berfungsi sebagai jeda dari pembahasan yang serius. Dalam komunikasi dakwah, humor dapat menciptakan suasana yang lebih cair sehingga audiens tidak merasa sedang menerima ceramah yang terlalu formal. Namun, humor tetap ditempatkan sebagai bagian pendukung pesan, bukan sebagai tujuan utama komunikasi. Dengan demikian, penggunaan humor dalam konten Wakil Talqin dapat dipahami sebagai strategi untuk membangun kedekatan psikologis dengan audiens.

Penggunaan cerita dan contoh kehidupan sehari-hari juga memiliki fungsi yang serupa. Cerita membantu mengubah konsep abstrak menjadi pengalaman yang lebih konkret. Ketika suatu nilai keagamaan disampaikan melalui cerita, audiens memperoleh gambaran mengenai bagaimana nilai tersebut dapat diterapkan dalam kehidupan. Strategi ini membuat dakwah tidak berhenti pada aspek normatif, tetapi bergerak menuju pemahaman praktis. Pesan agama menjadi lebih mudah dihubungkan dengan persoalan yang dihadapi audiens.

Temuan mengenai strategi retorika tersebut memperlihatkan bahwa adaptasi dakwah di media digital tidak berarti mengubah substansi ajaran, tetapi menyesuaikan cara penyampaian. Para Wakil Talqin tetap membawa pesan yang berhubungan dengan nilai keislaman dan TQN, tetapi menggunakan berbagai strategi agar pesan tersebut dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Adaptasi tersebut dapat terlihat pada pemilihan bahasa, penggunaan analogi, pengaturan intonasi, humor, dan cara membangun suasana komunikasi.

Dengan demikian, media digital dapat dipahami bukan hanya sebagai saluran distribusi pesan dakwah, tetapi sebagai lingkungan komunikasi yang turut memengaruhi cara pesan dikemas. Ketika dakwah berpindah ke YouTube, da'i berhadapan dengan audiens yang lebih heterogen serta pola konsumsi informasi yang berbeda. Oleh sebab itu, kemampuan mengemas pesan menjadi bagian dari kompetensi komunikasi seorang da'i. Dalam konteks penelitian ini, variasi gaya komunikasi Wakil Talqin menunjukkan bahwa masing-masing tokoh memiliki cara tersendiri dalam merespons kondisi tersebut.

Dampak Gaya Komunikasi Dakwah terhadap Audiens

Hasil wawancara dengan beberapa informan menunjukkan bahwa gaya komunikasi Wakil Talqin di media sosial memiliki pengaruh terhadap pengalaman audiens dalam menerima pesan dakwah. Dampak yang ditemukan meliputi peningkatan pemahaman keagamaan, perubahan cara pandang, motivasi untuk melakukan perbaikan diri, serta munculnya ketenangan emosional dan spiritual. Temuan ini memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi dakwah tidak hanya dapat dilihat dari seberapa banyak informasi keagamaan yang disampaikan, tetapi juga dari bagaimana pesan tersebut dipahami dan dimaknai oleh audiens.

Asep Kamaludin menyatakan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan dorongan positif terhadap cara pandang hidup serta meningkatkan motivasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Selain memperoleh wawasan keagamaan, dakwah yang disampaikan juga mendorong terbentuknya sikap disiplin dan produktif. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah dapat bergerak dari aspek kognitif menuju aspek afektif dan perilaku. Audiens tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai nilai agama, tetapi juga merasakan adanya dorongan untuk menerapkan nilai tersebut dalam kehidupan.

Dalam konteks komunikasi, temuan tersebut menunjukkan pentingnya hubungan antara bentuk penyampaian dan pemaknaan pesan. Gaya komunikasi yang mudah dipahami memungkinkan pesan diterima secara lebih utuh. Ketika pesan disampaikan menggunakan contoh, analogi, bahasa yang sederhana, atau struktur argumentasi yang jelas, audiens memiliki lebih banyak peluang untuk menghubungkan pesan dengan pengalaman pribadi. Proses tersebut kemudian dapat menghasilkan interpretasi yang lebih relevan dengan kehidupan mereka.

Informan Zulfa Muhammad Maulidan menyampaikan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan perspektif baru dalam memahami kehidupan dan memotivasi dirinya untuk melakukan perbaikan diri. Penyampaian materi yang sederhana tetapi tetap didukung oleh dalil keagamaan membuat pesan lebih mudah dipahami. Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa kombinasi antara substansi normatif dan cara penyampaian yang komunikatif menjadi salah satu faktor penting dalam penerimaan pesan.

Jika dikaitkan dengan analisis semiotika Peirce, pemaknaan pesan tidak berhenti pada tanda yang disampaikan oleh da'i. Tanda tersebut memperoleh makna melalui proses interpretasi audiens. Kata-kata, analogi, humor, intonasi, maupun ekspresi yang ditampilkan oleh Wakil Talqin menjadi tanda yang kemudian diinterpretasikan berdasarkan pengetahuan dan pengalaman masing-masing audiens. Oleh karena itu, satu bentuk komunikasi dapat menghasilkan pengalaman pemaknaan yang berbeda, meskipun terdapat kecenderungan makna yang sama.

Sementara itu, informan Panji Makalalang menyatakan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan pengaruh terhadap kondisi emosional dan spiritual. Materi dakwah dinilai mampu memberikan ketenangan batin serta membantu memberikan solusi terhadap berbagai persoalan kehidupan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah memiliki dimensi yang lebih luas daripada penyampaian informasi. Dakwah juga dapat menjadi sarana pembinaan spiritual ketika pesan yang disampaikan mampu menyentuh aspek emosional audiens.

Dampak tersebut dapat dikaitkan dengan karakter komunikasi para Wakil Talqin yang tidak hanya menggunakan argumentasi rasional, tetapi juga menggunakan pendekatan emosional. Senyuman, humor, cerita, intonasi, dan ungkapan yang bersifat reflektif dapat menciptakan suasana komunikasi yang lebih dekat. Sebaliknya, penekanan suara dan gaya tegas dapat memberikan kesan keseriusan terhadap pesan tertentu. Dengan demikian, aspek verbal dan nonverbal bekerja secara bersamaan dalam membentuk pengalaman audiens.

Hasil wawancara tersebut juga memperlihatkan bahwa audiens tidak selalu membutuhkan bentuk penyampaian yang sama. Sebagian audiens dapat lebih mudah menerima argumentasi yang sistematis, sementara audiens lainnya dapat lebih terbantu melalui analogi, humor, cerita, atau pendekatan emosional. Variasi gaya komunikasi para Wakil Talqin dengan demikian menjadi relevan karena memungkinkan pesan dakwah menjangkau kebutuhan audiens yang beragam.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di YouTube berperan dalam membentuk pemahaman, sikap, motivasi, dan pengalaman spiritual audiens. K.H. Budi Rahman Hakim cenderung mengembangkan komunikasi akademis dan rasional dengan suasana yang relatif santai; Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam menampilkan gaya normatif, tegas, dan berwibawa; sedangkan Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin menggunakan gaya dialogis, komunikatif, dan kontekstual melalui analogi, humor, serta bahasa populer. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa dakwah TQN di ruang digital memiliki bentuk komunikasi yang dinamis.

Temuan penelitian ini sekaligus memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator mengemas pesan sesuai dengan karakter media dan audiens. YouTube menghadirkan ruang komunikasi yang lebih luas dan heterogen sehingga dia dituntut memiliki kemampuan adaptasi tanpa kehilangan substansi pesan keagamaannya. Dalam konteks Wakil Talqin, adaptasi tersebut tampak melalui variasi gaya komunikasi, strategi retorika, dan penggunaan tanda-tanda verbal maupun nonverbal.

Dengan demikian, gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin dapat dipahami sebagai bentuk pertemuan antara otoritas keagamaan, karakter personal komunikator, dan tuntutan komunikasi digital. Ketiga unsur tersebut menghasilkan bentuk dakwah yang tidak seragam, tetapi tetap memiliki orientasi yang sama, yaitu menyampaikan nilai keagamaan, membangun kesadaran spiritual, dan mendorong audiens melakukan perbaikan diri. Variasi tersebut sekaligus memperlihatkan bahwa transformasi dakwah ke media digital tidak hanya mengubah tempat penyampaian pesan, tetapi juga mendorong perubahan pada cara pesan dikonstruksi, dikemas, dan dipresentasikan kepada masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Analisis Gaya Komunikasi Dakwah Wakil Talqin TQN di Media Sosial YouTube*, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh para Wakil Talqin menunjukkan adanya variasi dalam cara menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens. Variasi tersebut terlihat melalui penggunaan bahasa, struktur argumentasi, pilihan istilah keagamaan, intonasi suara, ekspresi wajah, penggunaan humor, analogi, pertanyaan retorik, serta cara membangun kedekatan dengan audiens. Meskipun ketiga Wakil Talqin yang menjadi subjek penelitian berada dalam lingkungan tradisi Tarekat Qadiriyyah Naqsyabandiyah (TQN) dan memiliki orientasi dakwah yang sama dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman serta ajaran tarekat, masing-masing memiliki karakter komunikasi yang berbeda. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan dakwah tidak bersifat seragam, tetapi dipengaruhi oleh karakter komunikator, materi yang disampaikan, serta kondisi audiens dan media yang digunakan.

K.H. Budi Rahman Hakim, M.S.W., Ph.D. menunjukkan kecenderungan gaya komunikasi yang akademis, rasional, sistematis, dan reflektif. Hal tersebut terlihat dari cara beliau menyusun argumentasi serta menggunakan istilah keislaman seperti *fastabiqul khairat* dalam menjelaskan materi dakwah. Penggunaan istilah keagamaan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian konsep Islam, tetapi juga menjadi dasar untuk menghubungkan ajaran agama dengan persoalan kehidupan sehari-hari. Struktur penyampaian yang sistematis memberikan kesan bahwa audiens diarahkan untuk memahami pesan melalui proses berpikir dan pertimbangan yang logis. Namun, gaya akademis tersebut tidak disampaikan secara kaku. Ekspresi wajah yang ramah, senyuman, dan suasana penyampaian yang relatif santai menunjukkan adanya upaya membangun

kedekatan dengan audiens. Dengan demikian, gaya komunikasi K.H. Budi Rahman Hakim dapat dipahami sebagai perpaduan antara otoritas akademis dan pendekatan interpersonal yang komunikatif.

Sementara itu, Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam, L.C., S.Si., M.Ag. menunjukkan gaya komunikasi yang lebih normatif, tegas, dan berwibawa. Karakter tersebut tampak dalam pembahasan mengenai mursyid dan hubungan antara mursyid dengan murid dalam tradisi TQN. Penggunaan istilah keagamaan yang kuat serta referensi sejarah Islam memberikan dasar normatif terhadap pesan yang disampaikan. Intonasi suara yang tegas tetapi tetap terkendali juga menjadi bagian penting dalam membangun kesan otoritatif. Gaya komunikasi tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks tertentu, dakwah tidak hanya membutuhkan kemampuan menjelaskan pesan secara sederhana, tetapi juga membutuhkan penegasan terhadap nilai dan prinsip yang dianggap penting. Ketegasan dalam komunikasi menjadi tanda yang memperkuat keseriusan pesan sekaligus membangun persepsi audiens mengenai kewibawaan komunikator.

Adapun Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin, M.Ag. menunjukkan kecenderungan gaya komunikasi yang lebih dialogis, komunikatif, dan kontekstual. Dalam penyampaian materi “Mengapa Harus Talqin?”, konsep keagamaan dan tasawuf dijelaskan melalui bahasa yang lebih populer serta penggunaan analogi yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Penggunaan istilah “autopilot” menjadi salah satu bentuk strategi komunikasi untuk menjelaskan konsep dzikir melalui gambaran yang lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain analogi, penggunaan humor, pertanyaan retorik, cerita, dan variasi intonasi menjadi bagian dari strategi untuk menjaga perhatian audiens. Gaya tersebut memperlihatkan kemampuan menerjemahkan konsep keagamaan yang abstrak ke dalam bahasa dan pengalaman yang lebih familiar. Dengan demikian, komunikasi dakwah yang dilakukan tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga berusaha membangun proses pemahaman melalui pengalaman komunikatif yang dekat dengan kehidupan audiens.

Berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, berbagai bentuk komunikasi yang digunakan oleh para Wakil Talqin dapat dipahami sebagai tanda yang memiliki makna tertentu. Tanda-tanda tersebut tidak hanya berupa kata atau kalimat, tetapi juga mencakup intonasi, ekspresi wajah, humor, analogi, dan bentuk komunikasi nonverbal lainnya. Hubungan antara *representamen*, objek, dan *interpretant* memperlihatkan bahwa pesan dakwah memperoleh makna melalui proses interpretasi audiens. Istilah keagamaan seperti *fastabiqul khairat*, misalnya, tidak berhenti sebagai rangkaian kata, tetapi mengarahkan audiens kepada pemahaman mengenai pentingnya berlomba dalam kebaikan. Demikian pula analogi “autopilot” tidak dimaknai secara literal, tetapi digunakan sebagai tanda untuk membantu audiens memahami proses spiritual yang berkaitan dengan pembiasaan dzikir. Dengan demikian, gaya komunikasi menjadi bagian dari proses pembentukan makna pesan dakwah.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa para Wakil Talqin menggunakan berbagai strategi retorika sebagai bentuk adaptasi terhadap karakteristik media digital. Penggunaan analogi, humor, cerita, bahasa sederhana, pertanyaan retorik, serta variasi intonasi merupakan strategi yang membantu mempertahankan perhatian audiens sekaligus mempermudah pemahaman terhadap pesan keagamaan. YouTube sebagai media audiovisual memungkinkan da’i tidak hanya menggunakan bahasa verbal, tetapi juga memanfaatkan unsur visual dan vokal dalam membangun makna. Hal tersebut menjadikan kemampuan mengelola komunikasi verbal dan nonverbal sebagai bagian penting dari dakwah di ruang digital. Para Wakil Talqin menunjukkan bahwa penggunaan media digital

tidak harus menghilangkan karakter tradisional dakwah TQN, tetapi dapat menjadi ruang untuk mengemas pesan tersebut dalam bentuk komunikasi yang lebih sesuai dengan karakter audiens masa kini.

Adaptasi tersebut tidak berarti mengubah substansi ajaran yang disampaikan. Para Wakil Talqin tetap mempertahankan orientasi pesan pada nilai-nilai keislaman, pembinaan spiritual, penguatan kesadaran diri, dan pengamalan ajaran TQN. Adaptasi terutama terlihat pada cara pesan dikonstruksi dan dikomunikasikan. Bahasa keagamaan yang kompleks dapat dijelaskan melalui analogi, konsep yang abstrak dapat dihubungkan dengan pengalaman sehari-hari, dan pesan yang bersifat serius dapat diselingi humor agar suasana komunikasi tidak terlalu kaku. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital membutuhkan keseimbangan antara mempertahankan substansi keagamaan dan menyesuaikan bentuk penyampaian dengan karakteristik media serta audiens.

Dari sisi audiens, hasil wawancara menunjukkan bahwa gaya komunikasi Wakil Talqin memberikan pengalaman yang beragam dalam menerima pesan dakwah. Asep Kamaludin menyatakan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan dorongan positif terhadap cara pandang hidup dan meningkatkan motivasi dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Selain menambah wawasan keagamaan, pesan dakwah juga dinilai mendorong kedisiplinan dan produktivitas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dakwah dapat memberikan dampak pada aspek kognitif dan perilaku audiens. Pesan yang diterima tidak hanya menambah pengetahuan, tetapi juga dapat mendorong audiens untuk melakukan perubahan dalam kehidupan sehari-hari.

Zulfa Muhammad Maulidan menyampaikan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan perspektif baru dalam memahami kehidupan dan memotivasi untuk melakukan perbaikan diri. Penyampaian materi yang sederhana dan didukung oleh dalil keagamaan membuat pesan lebih mudah dipahami. Hal ini menunjukkan pentingnya hubungan antara substansi pesan dengan cara penyampaiannya. Pesan keagamaan yang disampaikan melalui bahasa yang komunikatif dan disertai penjelasan yang relevan memungkinkan audiens membangun pemahaman yang lebih dekat dengan pengalaman mereka sendiri. Sementara itu, Panji Makalalang menyatakan bahwa ceramah Wakil Talqin memberikan pengaruh terhadap kondisi emosional dan spiritual. Materi dakwah dinilai mampu memberikan ketenangan batin serta membantu memberikan solusi terhadap berbagai persoalan kehidupan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa fungsi dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi dan pengetahuan keagamaan, tetapi juga memiliki dimensi pembinaan emosional dan spiritual. Gaya komunikasi yang disampaikan dengan intonasi, ekspresi, humor, cerita, maupun penekanan tertentu dapat menciptakan suasana yang membantu audiens menerima pesan secara lebih personal.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa gaya komunikasi dakwah Wakil Talqin di YouTube merupakan perpaduan antara karakter personal komunikator, substansi ajaran TQN, strategi retorika, dan tuntutan komunikasi digital. K.H. Budi Rahman Hakim lebih menonjolkan gaya akademis dan rasional yang dipadukan dengan suasana santai; Dr. K.H. Muhammad Mufti Najmul Umam lebih menonjolkan gaya normatif, tegas, dan berwibawa; sedangkan Dr. K.H. Isep Zaenal Arifin lebih menonjolkan gaya dialogis, komunikatif, dan kontekstual. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa keberagaman gaya komunikasi dapat menjadi kekuatan dalam memperluas jangkauan dakwah karena setiap komunikator memiliki cara tersendiri dalam menjembatani pesan agama dengan kebutuhan audiens.

Dengan demikian, dakwah Wakil Talqin melalui YouTube tidak dapat dipandang hanya sebagai proses pemindahan ceramah dari ruang tatap muka ke ruang digital. Perubahan media turut memengaruhi cara pesan dikemas, tanda digunakan, perhatian audiens dipertahankan, dan makna dibangun. Para Wakil Talqin menunjukkan kemampuan untuk memanfaatkan karakteristik komunikasi audiovisual dengan tetap mempertahankan nilai-nilai keagamaan yang menjadi dasar dakwah TQN. Gaya komunikasi yang adaptif, komunikatif, dan kontekstual menjadi salah satu faktor yang memungkinkan pesan dakwah lebih mudah diterima dan dimaknai oleh audiens.

Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa gaya komunikasi merupakan unsur penting dalam keberhasilan dakwah di media sosial. Substansi keagamaan yang kuat perlu didukung oleh kemampuan komunikator dalam memilih bahasa, membangun suasana, menggunakan tanda, mengatur intonasi, memberikan ilustrasi, serta menyesuaikan pesan dengan karakter audiens. Dalam konteks Wakil Talqin TQN, variasi gaya komunikasi yang ditemukan menunjukkan bahwa dakwah dapat tetap berakar pada tradisi keagamaan sekaligus beradaptasi dengan perkembangan teknologi komunikasi. YouTube menjadi ruang yang memungkinkan pesan dakwah TQN menjangkau audiens yang lebih luas, sementara variasi gaya komunikasi menjadi sarana untuk menjembatani pesan tersebut dengan kebutuhan dan karakter masyarakat digital. Oleh karena itu, keberadaan Wakil Talqin di media sosial tidak hanya memperluas jangkauan dakwah TQN, tetapi juga memperlihatkan perkembangan bentuk komunikasi dakwah yang semakin dinamis, adaptif, dan relevan dengan perubahan pola komunikasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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.
- Miles, M. B. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2013). *Teori komunikasi individu hingga massa (edisi revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Yusuf, Muhammad & Qohar. 2019. *Abdul Somad Ustadz Zaman Now*. Mutiara Media: Jakarta.
- Zuriah, N. (2009). *Metodologi penelitian sosial dan pendidikan: Teori-aplikasi*. Bumi Aksara.