

**ANALISIS RESEPSI SANTRI TERHADAP
GAYA KOMUNIKASI DIGITAL dr. TIRTA
DALAM KONTEN #SUARATIRTA DI YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

YANUAR ADI FIRMANSYAH

NIM. 3421165

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**ANALISIS RESEPSI SANTRI TERHADAP
GAYA KOMUNIKASI DIGITAL dr. TIRTA
DALAM KONTEN #SUARATIRTA DI YOUTUBE**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh :

YANUAR ADI FIRMANSYAH

NIM. 3421165

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Yanuar adi firmansyah

NIM : 3421165

Program Studi : Komunikasi dan penyiaran islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“RESEPSI SANTRI TERHADAP GAYA KOMUNIKASI DIGITAL dr.TIRTA DALAM KONTEN #SUARATIRTA DI YOUTUBE”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 13 Juni 2026

Yang Menyatakan,



YANUAR ADI FIRMANSYAH
NIM. 3421165

NOTA PEMBIMBING

Serin Himatus Soraya, M. Sos

Conge gg. 5 Ngembalrejo, Kec. Bae Kab. Kudus

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Yanuar adi firmansyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Yanuar adi firmansyah

NIM : 3421165

Judul : **ANALISIS RESEPSI SANTRI TERHADAP GAYA
KOMUNIKASI DIGITAL dr.TIRTA DALAM KONTEN
#SUARATIRTA DI YOUTUBE**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 25 Mei 2026

Pembimbing,



Serin Himatus Soraya, M.Sos
NIP. 199802092024032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **YANUAR ADI FIRMANSYAH**
NIM : **3421165**
Judul Skripsi : **"ANALISIS RESEPSI SANTRI TERHADAP GAYA
KOMUNIKASI DIGITAL dr.TIRTA DALAM KONTEN
#SUARA TIRTA DI YOUTUBE"**

yang telah diujikan pada Hari Selasa, 30 Juni 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Amat Zuhri, S.Ag., M.Ag
NIP. 197204042001121001

Penguji II

Mirahul Huda, M.Sos
NIP. 199207022023211021

Pekalongan, 14 Juli 2026

Disahkan Oleh

Dekan



Dr. Tri Astutik Haryati, M. Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	B	-
ت	Tā	T	-
ث	Śā	S	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	J	-
ح	Hā	H	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	Kh	-
د	Dal	D	-
ذ	Żal	Z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	R	-
ز	Zai	Z	-
س	Sīn	S	-
ش	Syīn	Sy	-
ص	Şād	Ş	s (dengan titik di bawahnya)
ض	Dād	D	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	T	t (dengan titik di bawahnya)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ظ	Zā	Z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	-
ف	Fā	F	-
ق	Qāf	Q	-
ك	Kāf	K	-
ل	Lām	L	-
م	Mīm	M	-
ن	Nūn	N	-
و	Wāwu	W	-
ه	Hā	H	-
ء	Hamzah	,	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	Y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*
مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf 1 diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

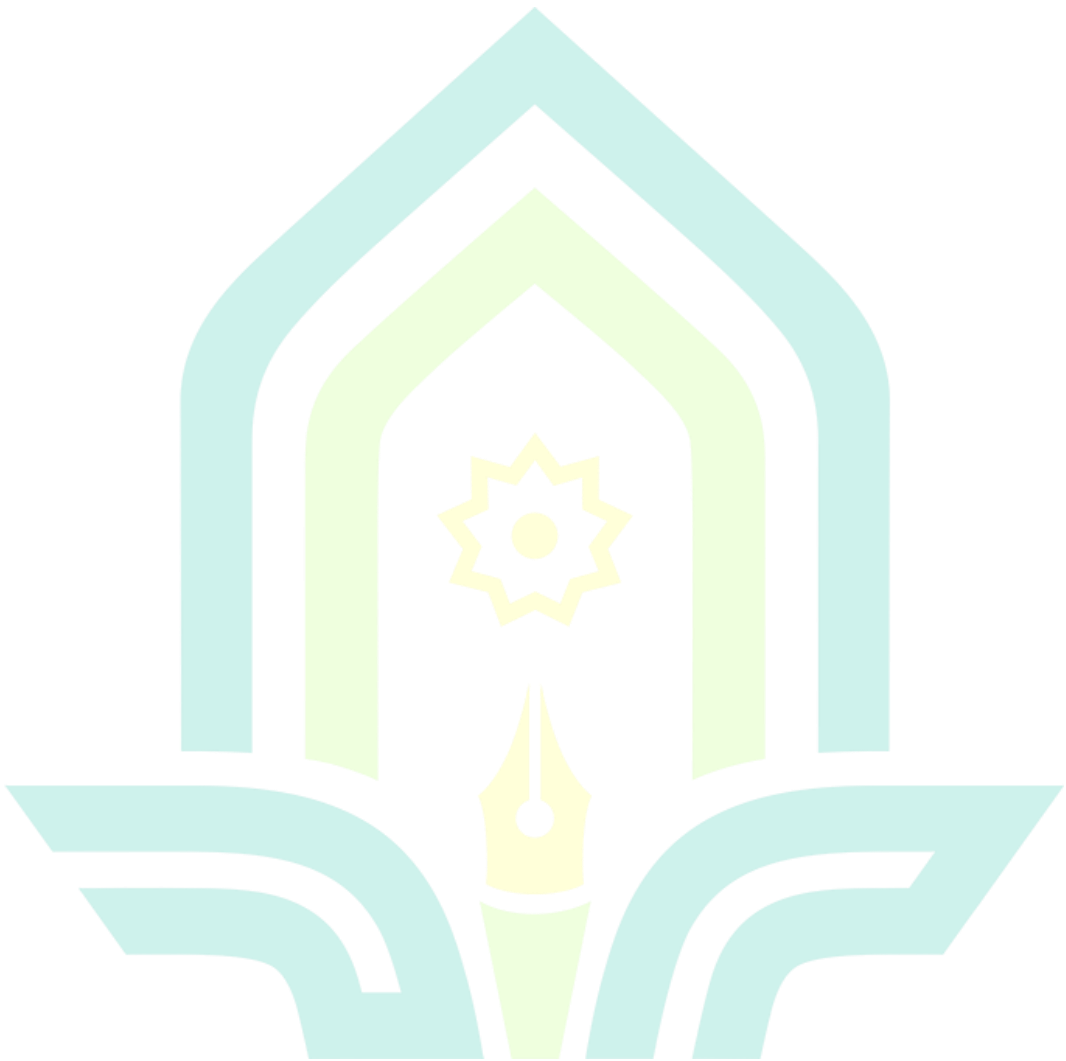
J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

MOTO

"sebaik baiknya perkataan adalah yang mampu memberi manfaat bagi pendengarnya"



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, serta kesehatan, kekuatan, dan kesabaran yang telah diberikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan dalam setiap langkah hidup penulis, beserta keluarga, para sahabat, keturunan, dan semua umat yang mencintainya. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari pencapaian impian dan masa depan yang lebih baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh cinta dan rasa terima kasih, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah Ahmad Yani dan Ibu Sri wahyuni hidayati dengan kasih sayang yang tak terbatas selalu mendoakan, menyemangati, dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materi.
2. Ketiga adik perempuan saya Nayla ahmad azkia, Naycilla putri, dan Nayza ariyani putri yang selalu memberikan semangat dan memacu saya dalam setiap proses ini.
3. Untuk semua saudaraku yang jauh terutama Bude Nyai dan Pade Erik, terima kasih atas kasih sayang dan perhatian yang telah diberikan sejak masa kecilku. Semua kebaikan dan cinta yang kalian berikan akan selalu menjadi bagian berharga dalam perjalanan hidupku.
4. Wanita terbaikku Nonik Fitrianiingsih. Terima kasih telah sabar menemani dan menyayangi disetiap langkah yang aku jalani. Tanpa kita sadari sudah bersama sampai sejauh ini, semoga apa yang kita impikan bersama sejak duduk di bangku SMP kala itu berakhir dengan baik dan sesuai dengan apa yang kita impikan.
5. Ibu Serin Himatus Soraya, M. Sos. selaku dosen pembimbing skripsi, terima kasih atas kesabaran, arahan, dan waktu yang telah diluangkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Mukoyimah, S.Sos.I., M.Sos Ketua Program Studi Komunikasi dan penyiaran islam, terima kasih atas segala bantuan dalam hal-hal yang berkaitan dengan kelulusan penulis.

7. Pak Syamsul Bakhri, S.Pd., M.Sos Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih atas bimbingan dan arahnya selama penulis menempuh pendidikan di jenjang Strata Satu.
8. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang memberikan dorongan, motivasi, dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman teman KKN 63 Desa Rowokembu yang telah menghadirkan keceriaan selama menjalani masa KKN
10. Teman-teman UKM NAVI FILM terima kasih atas pengalaman, ilmu, dan dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan.
11. Teman-Teman HMPS KPI UIN GUSDUR terutama Progam Realita news, terima kasih atas ilmu, pengetahuan dan kesempatannya
12. Teman-teman Komunikasi penyiaran islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2021 terima kasih atas obrolan, pengalaman, persambatan yang berkesan selama kuliah.
13. Teman – teman anggota “Beri Hamba Uang”, yang selalu hadir dengan canda, dorongan, dan semangatnya, membuat hari-hari yang penuh tantangan menjadi lebih ringan dan menyenangkan.
14. Semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang tulus atas segala bantuan yang diberikan.

Semoga setiap dukungan dan doa yang telah diberikan dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.

ABSTRAK

Yanuar Adi Firmansyah. 2026. “Analisis Resepsi Santri Terhadap Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #Suaratirta di YouTube” *Skripsi*. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah. UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Serin Himatus Soraya, M. Sos.

Kata Kunci: Resepsi Santri, Gaya Komunikasi Digital, Konten YouTube

Perkembangan komunikasi digital melalui platform YouTube telah menghadirkan berbagai gaya penyampaian pesan yang memengaruhi cara audiens memahami informasi. Konten #SuaraTirta yang disampaikan oleh dr. Tirta menjadi salah satu fenomena komunikasi digital yang menarik karena menampilkan gaya komunikasi tegas, ekspresif, dan populer di kalangan generasi muda, termasuk santri sebagai audiens dengan latar nilai religius dan etika komunikasi Islam. Rumusan masalah penelitian ini membahas bagaimana gaya komunikasi digital yang digunakan dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube serta bagaimana resepsi santri terhadap gaya komunikasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakter gaya komunikasi digital dr. Tirta dan memahami resepsi santri terhadap pesan yang disampaikan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten YouTube, wawancara terhadap santri, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta didominasi karakter dominant, dramatic, dan friendly yang tampak melalui penyampaian tegas, ekspresi emosional, serta pendekatan komunikatif kepada audiens. Resepsi santri terhadap gaya komunikasi tersebut terbagi ke dalam tiga posisi, yaitu dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Sebagian santri menilai gaya komunikasi dr. Tirta efektif, jujur, dan mudah dipahami dalam menyampaikan pesan kesehatan. Sebagian lainnya menerima isi pesan, namun mengkritisi penggunaan intonasi tinggi dan ekspresi emosional yang dianggap kurang sesuai dengan etika komunikasi Islami. Adapun santri yang menolak gaya komunikasi tersebut karena dipandang terlalu konfrontatif. Dengan demikian, latar belakang religius dan budaya pesantren memengaruhi proses pemaknaan pesan digital. Penelitian dapat berkontribusi pada pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih adaptif, etis di ruang publik digital.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, taufik, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Analisis Resepsi Santri terhadap Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta di YouTube" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini mengkaji bagaimana gaya komunikasi digital yang ditampilkan dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube serta bagaimana santri memaknai dan merespons gaya komunikasi tersebut berdasarkan latar belakang nilai-nilai keagamaan yang mereka miliki. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi, peneliti, maupun praktisi komunikasi dalam merancang strategi komunikasi yang efektif, edukatif, dan tetap memperhatikan aspek etika komunikasi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. beserta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan baik secara moril maupun materil selama mengikuti pendidikan dan pembelajaran di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag beserta segenap jajarannya yang telah memberikan bimbingan dan arahan.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Ibu Mukoyimah, M, Sos. beserta segenap jajarannya yang telah memberikan bimbingan, arahan, fasilitas, dan pelayanan jurusan yang maksimal.

4. Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Dimas Prasetya, M.A. selalu memberikan yang terbaik untuk mahasiswanya.
5. Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Syamsul Bakhri, S.Pd., M.Sos. yang telah membimbing dan memberi dukungan untuk kesuksesan mahasiswanya.
6. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Serin Himatus Soraya, M. Sos. yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan dengan penuh dedikasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Staf UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang selalu membantu dan membimbing mahasiswanya dengan penuh dedikasi.
8. Informan Santri beserta seluruh pihak terkait di dalamnya yang telah memberikan izin, kesempatan, bantuan, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua Orang Tua serta keluarga yang tidak henti memberikan bantuan dan dukungan berupa do'a, moril, dan materil. Seluruh pihak, keluarga, teman-teman dan handai taulan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya.

Semoga amal baik Anda semua mendapat balasan dan pahala berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka.....	11
F. Metode Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan.....	30
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Gaya Komunikasi (<i>Communicator Style theory</i>)	31
B. Teori Resepsi (Stuart hall)	36
C. Komunikasi Digital	39
D. Etika Komunikasi Islam.....	43
E. Santri	47

BAB III RESEPSI SANTRI TERHADAP GAYA KOMUNIKASI DIGITAL

dr. TIRTA DALAM KONTEN #SUARATIRTA DI YOUTUBE

A. Gambaran Umum Penelitian	50
1. Konten YouTube #SuaraTirta	50
2. Deskripsi Program #SuaraTirta	54
3. Profil dokter Tirta	56
4. Profil Informan Penelitian	58
5. Gambaran Umum Pondok Pesantren Asal Informan.....	60
B. Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta di YouTube.....	66
1. Gaya Komunikasi <i>Dominant</i>	67
2. Gaya Komunikasi <i>Dramatic</i>	70
3. Gaya Komunikasi <i>Friendly</i>	73
C. Resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta	78
1. Kelompok Santri dengan Resepsi Dominan	80
2. Kelompok Santri dengan Resepsi Negosiasi	84
3. Kelompok Santri dengan Resepsi Penolakan	89

BAB IV ANALISIS RESEPSI SANTRI TERHADAP GAYA KOMUNIKASI DIGITAL dr. TIRTA DALAM KONTEN #SUARATIRTA DI YOUTUBE

A. Analisis Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta di YouTube.....	96
B. Analisis Resepsi Santri Terhadap Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta di YouTube	102

BAB V PENUTUP

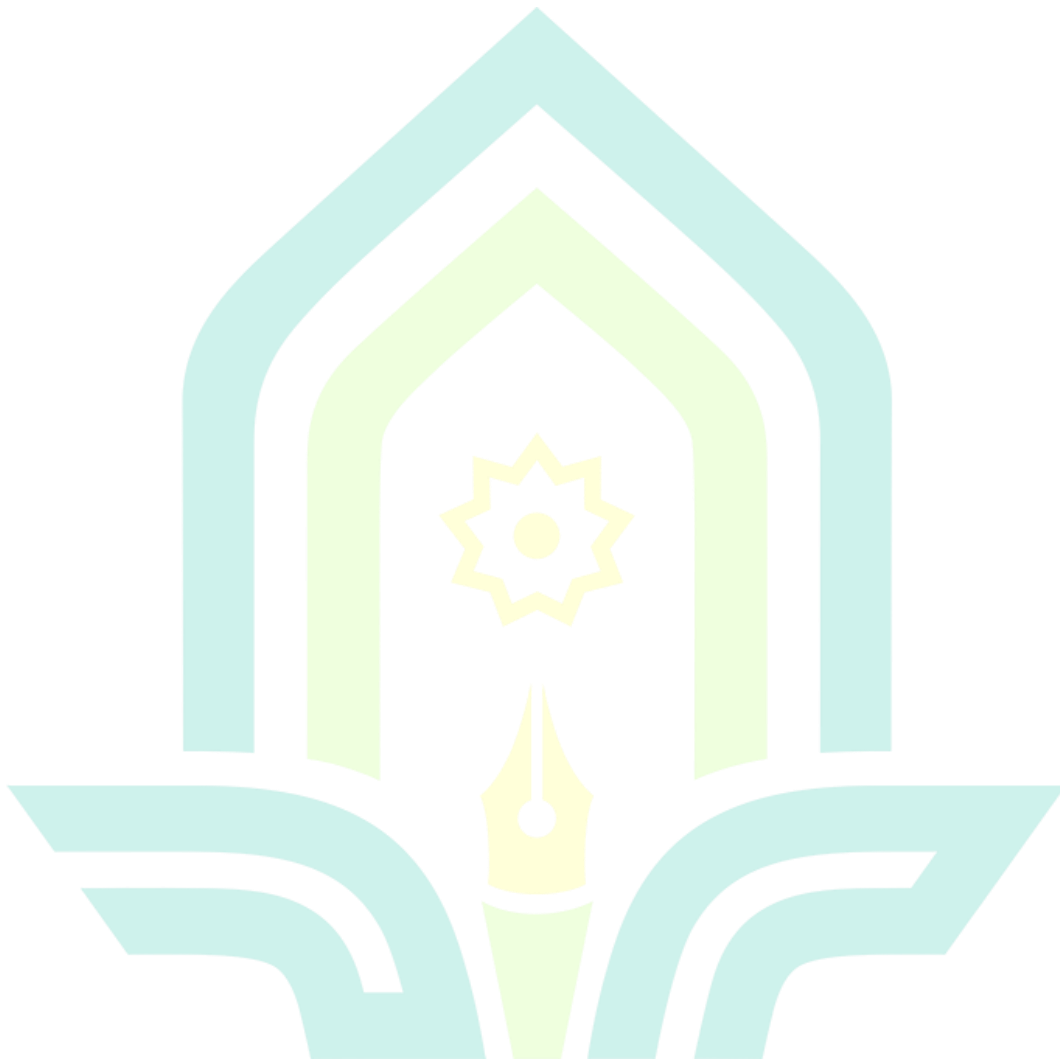
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA	114
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	119
-----------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik Informan Penelitian.....	59
Tabel 4.1 Model Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta .	97
Tabel 4.2 Klasifikasi Resepsi Santri terhadap Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta	108



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 3.1 Konten YouTube SuaraTirta	51
Gambar 3. 2 Cuplikan Konten YouTube SuaraTirta	52
Gambar 3. 3 dr. Tirta menunjuk ke kamera dengan ekspresi tegas	70
Gambar 3. 4 Ekspresi wajah dr. Tirta saat menunjukkan reaksi kaget/emosional	73
Gambar 3. 5 dr. Tirta menggunakan gaya komunikasi Frindly	76
Gambar 5.1 Wawancara dengan Danil	133
Gambar 5. 2 Wawancara dengan Syafi'i	133
Gambar 5. 3 Wawancara dengan Nikmah	133
Gambar 5.4 Wawancara dengan Ela	133
Gambar 5.5 Wawancara dengan Umam	133
Gambar 5.6 Wawancara dengan Babo	133
Gambar 5.7 Wawancara dengan Rifqi	134
Gambar 5.8 Wawancara dengan Fadlan	134

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	119
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	121
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	133
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup	135



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era digital saat ini, platform media sosial telah menjadi ruang utama di mana informasi dikonsumsi setiap hari oleh berbagai lapisan masyarakat. Platform berbasis video seperti YouTube menjadi saluran penting bagi penyebaran konten edukatif, informatif, dan hiburan karena jangkauannya sangat luas dan bisa diakses kapan saja. YouTube khususnya sering dipilih sebagai medium untuk menyampaikan edukasi kesehatan, gaya hidup, maupun opini karena sifat visual dan audio yang menarik bagi generasi digital. Di Indonesia, konten kesehatan yang dibagikan oleh praktisi atau influencer juga mencetak pengaruh besar terhadap pengetahuan dan sikap masyarakat terhadap isu kesehatan. Contohnya, riset pada channel YouTube kesehatan yang menerapkan strategi digital *storytelling* terbukti berdampak positif terhadap literasi generasi Z.¹ Fenomena ini menunjukkan bahwa platform digital seperti YouTube bukan hanya alat hiburan tetapi juga menjadi sumber informasi yang berkelanjutan dan memiliki dampak sosial.

Namun, tidak semua konten diterima secara homogen oleh audiens karena persepsi terhadap gaya penyampaian pesan dapat berbeda di antara kelompok sosial yang berbeda. Persepsi audiens merupakan interpretasi subjektif atas pesan yang mereka terima melalui media; hal ini sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, serta nilai yang dianut oleh

¹ Sholihin, Sadam, and Desi Hasbiyah. "Pengaruh Digital Storytelling pada Channel Youtube Satu Persen Indonesian Life School Terhadap Literasi Kesehatan Mental Generasi Z." *Karimah Tauhid* 3.9 (2024): 10045-10065.

masing-masing individu. Penelitian sebelumnya tentang persepsi pengguna terhadap konten YouTube menunjukkan adanya variasi antara persepsi positif, seperti konten yang dianggap informatif dan inspiratif, serta persepsi negatif ketika konten dirasa kurang relevan atau sensasional.² Dalam konteks ini, memahami persepsi audiens terhadap gaya komunikasi konten menjadi sangat penting agar tidak hanya dilihat sebagai fenomena angka (*views, likes*) tetapi juga dari sudut pandang dampak kognitif dan afektif.

Santri secara terminologis merujuk pada individu yang menempuh pendidikan di pesantren dan berada dalam lingkungan pembinaan keagamaan yang menekankan kedisiplinan, adab, serta internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Tradisi Pesantren, santri tidak hanya dipahami sebagai peserta didik, tetapi sebagai bagian dari sistem sosial pesantren yang memiliki pola pikir, sikap, dan perilaku yang dibentuk oleh tradisi keilmuan Islam dan otoritas kiai.³ Identitas santri juga berkaitan dengan komitmen terhadap norma-norma religius, termasuk dalam aspek komunikasi yang menjunjung kesantunan dan penghormatan terhadap lawan bicara. Dengan latar sosial-keagamaan tersebut, santri memiliki kerangka nilai tersendiri dalam menilai gaya komunikasi yang berkembang di ruang publik digital, sehingga respons mereka terhadap komunikasi yang bersifat tegas, ekspresif, atau populer dapat berbeda dengan kelompok masyarakat lainnya.

² Wardah, Muh Jamil Reza, and Muh Jamil Reza. "Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Youtube sebagai Media Konten Video Kreatif." *Jurnal Komunikasi dan Organisasi* 3.1 (2021): 39-46.

³ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi tentang Pandangan Hidup Kiai* (Jakarta: LP3ES, 1982), 44–46.

Kerangka nilai tersebut tidak terlepas dari prinsip etika komunikasi dalam Islam yang menjadi fondasi pembinaan di lingkungan pesantren. Etika komunikasi dalam perspektif Islam menekankan pentingnya kesantunan, kejujuran, dan tanggung jawab moral dalam setiap penyampaian pesan. Al-Qur'an mengajarkan prinsip komunikasi seperti *qaulan sadīdan* (perkataan yang benar), *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut), dan *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik), yang menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya dinilai dari efektivitasnya, tetapi juga dari nilai etis dan spiritual yang menyertainya.⁴ Dalam konteks masyarakat pesantren, nilai-nilai tersebut menjadi pedoman normatif dalam berinteraksi, sehingga gaya komunikasi yang tegas, keras, atau konfrontatif dapat dimaknai berbeda tergantung pada kesesuaiannya dengan prinsip adab Islami. Oleh karena itu, memahami etika komunikasi Islam menjadi penting untuk melihat bagaimana santri menilai dan merespons gaya komunikasi digital yang berkembang di ruang publik.

Fokus penelitian ini adalah pada konten #SuaraTirta dari dr. Tirta, seorang dokter yang aktif di YouTube dan dikenal dengan gaya komunikasinya yang tegas serta ekspresif. Konten #SuaraTirta banyak membahas isu kesehatan populer, klarifikasi mitos, serta tanggapan terhadap fenomena sosial dengan cara yang kuat dan terkadang emosional. Fenomena penyampaian pesan semacam ini memunculkan pertanyaan penting: bagaimana gaya komunikasi digital seperti ini diterima oleh audiens dengan latar pemikiran religius, khususnya *santri* yang memiliki standar nilai

⁴ Marwah, Nur. "Etika Komunikasi Islam." *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7.1 (2021), 1-13.

komunikasi tersendiri. Di sini diperlukan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan antara gaya komunikasi digital dr. Tirta dan proses interpretasi pesan oleh santri.

Dalam konteks ini, muncul persoalan mendasar yang menjadi inti penelitian. Santri sebagai individu yang dibentuk oleh nilai akhlakul karimah dan prinsip kesantunan komunikasi berhadapan dengan konten digital yang gaya komunikasinya tegas, ekspresif, dan terkadang konfrontatif. Ketidaksesuaian antara nilai komunikasi religius dan gaya komunikasi populer di ruang digital menimbulkan pertanyaan: apakah santri tetap menerima dan mengikuti pesan yang disampaikan, ataukah terjadi proses seleksi dan negosiasi berdasarkan nilai yang mereka anut? Persoalan inilah yang menjadi fokus utama penelitian ini.

Sejumlah kajian dalam studi komunikasi dan cultural studies menunjukkan bahwa audiens tidak pernah sepenuhnya netral dalam menerima pesan media. Stuart Hall melalui model *encoding/decoding* menegaskan bahwa proses pemaknaan pesan sangat dipengaruhi oleh latar sosial, budaya, dan ideologi audiens, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara dominan, dinegosiasikan, atau bahkan ditolak.⁵ David Morley juga menemukan bahwa kerangka sosial dan nilai yang dianut audiens berperan dalam membentuk interpretasi terhadap teks media, termasuk kemungkinan munculnya resistensi ketika pesan dianggap tidak selaras dengan nilai yang

⁵ Stuart Hall, "Encoding/Decoding," dalam *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972–79*, ed. Stuart Hall et al. (London: Hutchinson, 1980), 136–138.

mereka pegang.⁶ Selain itu, Sonia Livingstone menekankan bahwa makna media tidak melekat secara tetap pada teks, melainkan diproduksi melalui interaksi antara pesan dan pengalaman sosial audiens.⁷ Temuan-temuan ilmiah tersebut menunjukkan bahwa kelompok dengan identitas religius dan standar moral tertentu berpotensi memiliki pola penerimaan yang khas terhadap gaya komunikasi media. Dalam konteks ini, santri sebagai komunitas yang dibentuk oleh nilai akhlakul karimah dan etika komunikasi Islami menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji ketika berhadapan dengan gaya komunikasi digital yang tegas, ekspresif, dan populer di ruang publik.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan melalui wawancara singkat dengan lima orang santri yang pernah menonton konten #SuaraTirta di YouTube, ditemukan adanya perbedaan persepsi terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta. Informan Mabbi Islano (25 tahun) menyatakan bahwa gaya komunikasi dr. Tirta “terkesan keras, tetapi justru membuat pesan kesehatan lebih mudah dipahami,”⁸ sementara Tegar (21 tahun) menilai gaya tersebut sebagai “tegas dan jujur, sehingga terasa apa adanya.”⁹ Di sisi lain, Riko H (23 tahun) bersikap netral dengan menyampaikan bahwa “cara bicaranya memang khas, kadang nyaman kadang tidak, tergantung topik yang dibahas.”¹⁰ Adapun informan Danil (23 tahun) mengungkapkan pandangan kontra dengan menyebut bahwa gaya komunikasi dr. Tirta “terlalu emosional dan kurang

⁶ David Morley, *The Nationwide Audience: Structure and Decoding* (London: British Film Institute, 1980), 21–25.

⁷ Sonia Livingstone, *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation* (Oxford: Pergamon Press, 1990), 34–37.

⁸ Mabbi Islano, santri Pondok Pesantren Ribatul Mutaallimin, wawancara, 2 Januari 2026.

⁹ Tegar, santri Pondok Pesantren Al Fusha, wawancara, 3 Januari 2026.

¹⁰ Riko, santri Pondok Pesantren Ribatul Mutaallimin, wawancara, 3 Januari 2026.

mencerminkan kesantunan,”¹¹ sedangkan Nikmah Mualiyah (23 tahun) menilai bahwa “bahasanya sering terasa berlebihan dan kurang cocok untuk semua kalangan.”¹² Variasi jawaban singkat dari para informan tersebut menunjukkan bahwa gaya komunikasi digital dr. Tirta dipersepsikan secara beragam oleh santri, sehingga memperkuat urgensi penelitian ini untuk mengkaji persepsi santri secara lebih mendalam dan sistematis. Temuan awal tersebut menunjukkan bahwa santri memaknai pesan media secara beragam.¹³

Perbedaan resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital menunjukkan adanya dinamika penerimaan pesan yang kompleks. Dalam konteks komunikasi kesehatan, gaya penyampaian pesan tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampai informasi, tetapi juga memengaruhi sikap dan penerimaan audiens. Gaya komunikasi yang dianggap efektif oleh sebagian audiens belum tentu diterima secara positif oleh audiens lainnya. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana santri sebagai audiens dengan latar nilai keislaman menafsirkan gaya komunikasi digital dalam konten kesehatan. Analisis terhadap persepsi ini dapat memberikan gambaran tentang sejauh mana pesan kesehatan diterima, dinegosiasikan, atau bahkan ditolak oleh santri.¹⁴

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas komunikasi kesehatan di media digital serta peran *influencer* kesehatan dalam menyampaikan pesan

¹¹ Danil, santri Pondok Pesantren Asma Chusna, wawancara, 4 Januari 2026.

¹² Nikmah, santri Pondok Pesantren Al Fusha, wawancara, 5 Januari 2026.

¹³ Ahmad Zainal Abidin dan Siti Aminah, “Literasi Media Digital Santri di Era Media Sosial,” *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2021): 214–218.

¹⁴ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), 189–191.

kepada publik. Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek isi pesan, efektivitas kampanye, atau tingkat keterlibatan audiens secara kuantitatif. Penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi santri terhadap gaya komunikasi digital figur kesehatan di YouTube masih relatif terbatas. Selain itu, kajian yang mengintegrasikan perspektif komunikasi digital dan teori resepsi audiens dalam konteks santri belum banyak dilakukan. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi secara empiris dan konseptual.¹⁵

Penelitian ini diarahkan untuk menutup celah tersebut dengan menganalisis bagaimana santri menafsirkan gaya komunikasi digital yang dipakai dalam konten #SuaraTirta, dan apa saja elemen yang memengaruhi penerimaan mereka terhadap pesan yang disampaikan. Fokus analisis akan mencakup dimensi kognitif (apa yang dipahami santri), afektif (bagaimana sikap atau perasaan mereka terhadap gaya komunikasi tersebut), serta konteks budaya pesantren yang mungkin memoderasi persepsi mereka. Riset semacam ini penting untuk memahami dinamika interaksi budaya digital dan nilai religius, serta bagaimana keduanya berinteraksi dalam pembentukan persepsi konten.¹⁶

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki urgensi akademik dan praktis yang kuat. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital dan gaya komunikasi dalam

¹⁵ Nurul Huda dan Ahmad Choirul Rofiq, "Persepsi Audiens terhadap Konten Kesehatan di Media Digital," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2022): 33–35.

¹⁶ Saputra, N. Efektivitas Pendekatan Psikologi Komunikasi dalam Mentransformasikan Nilai-Nilai Islam di Pondok Pesantren UII. (*Disertasi Doktorat*, Universitas Islam Indonesia, 2025).

perspektif etika komunikasi islam dengan menempatkan santri sebagai audiens aktif yang memiliki kerangka nilai tersendiri. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi komunikator dalam merancang gaya komunikasi digital yang lebih sensitif terhadap latar nilai audiens. Penelitian ini juga penting untuk memberikan pemahaman bahwa efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kebenaran informasi, tetapi juga oleh cara pesan disampaikan dan dimaknai. Dengan demikian, penelitian ini relevan untuk menjawab tantangan komunikasi kesehatan di era digital yang semakin beragam dan kompleks.¹⁷

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dakwah kesehatan di ruang digital, khususnya pada program #SuaraTirta di kanal YouTube Dokter Tirta pada latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya komunikasi digital yang digunakan dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube?
2. Bagaimana Resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube?

¹⁷ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Jakarta: Kencana, 2021), 201–203.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan gaya komunikasi digital yang digunakan dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube.
2. Untuk mengetahui dan memahami Resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat ditinjau secara teoritis dan secara praktis. Manfaat dalam penelitian ini yakni:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam memahami dinamika gaya komunikasi digital dalam perspektif nilai etika komunikasi Islam. Penelitian ini memperkaya wacana tentang bagaimana audiens dengan latar belakang religius, seperti santri, melakukan proses pemaknaan terhadap gaya komunikasi yang berkembang di ruang publik digital. Penelitian ini turut memperluas kajian komunikasi dakwah dan komunikasi digital Islami yang tidak hanya menekankan pada isi pesan, tetapi juga pada kesesuaian gaya penyampaian dengan prinsip etika Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Santri

Hasil penelitian ini diharapkan meningkatkan pemahaman dan kesadaran santri terhadap arus informasi yang disampaikan melalui media digital, khususnya YouTube, dengan tetap berlandaskan pada aspek kesantunan, tanggung jawab moral, dan kesesuaian dengan prinsip etika komunikasi Islam. Penelitian ini juga dapat membantu santri dalam membangun sikap kritis sekaligus beradab dalam menyikapi gaya komunikasi digital yang digunakan oleh figur publik, sehingga mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi mampu menafsirkan dan mengevaluasi pesan secara bijak sesuai dengan nilai akhlakul karimah.

b. Bagi Kreator konten

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan praktis bagi konten kreator serta praktisi kesehatan yang memanfaatkan media digital sebagai sarana penyampaian informasi kepada publik. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan gambaran tentang pentingnya menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik dan latar belakang audiens.

E. Tinjauan Pustaka

1. Analisis Teori

a. Teori Gaya Komunikasi (*Communicator Style theory*)

Penelitian ini menggunakan Teori Gaya Komunikasi (*Communicator Style Theory*) yang dikemukakan oleh Robert Norton sebagai pisau analisis untuk mengidentifikasi karakter komunikasi digital dalam konten yang diteliti. Norton menjelaskan bahwa gaya komunikasi merupakan pola perilaku verbal dan nonverbal yang relatif konsisten serta dapat diamati dalam cara seorang komunikator menampilkan dirinya saat berinteraksi dengan audiens.¹⁸ Gaya komunikasi tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikonstruksi, diekspresikan, dan ditampilkan sehingga membentuk persepsi tertentu pada khalayak

Dalam perspektif komunikasi Islam, gaya komunikasi tidak hanya dinilai dari efektivitasnya dalam menyampaikan pesan, tetapi juga dari kesesuaiannya dengan nilai adab dan akhlak. Al-Qur'an mengajarkan prinsip komunikasi seperti *qaulan sadīdan* (perkataan yang benar), *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut), dan *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik).¹⁹ Prinsip-prinsip tersebut menunjukkan bahwa penyampaian pesan harus memperhatikan unsur kebenaran, kesantunan, serta dampak psikologis terhadap penerima pesan. Oleh karena itu, ketika gaya komunikasi digital yang dominan

¹⁸ Robert W. Norton, "Foundation of a Communicator Style Construct," *Human Communication Research* 4, no. 2 (1978): 99–112.

¹⁹ Effendy, Onong Uchjana. *"Ilmu komunikasi."* Bandung: Remaja Rosdakarya (2007).

atau dramatik dianalisis melalui teori Norton, penelitian ini juga mempertimbangkan bagaimana gaya tersebut dipersepsi oleh santri yang dibentuk oleh nilai etika komunikasi Islam.

Dalam konteks komunikasi digital, gaya komunikator menjadi semakin penting karena interaksi berlangsung melalui media audiovisual yang memperlihatkan unsur bahasa, intonasi, ekspresi wajah, gestur, serta dinamika penyampaian pesan. Oleh karena itu, analisis gaya komunikasi tidak hanya melihat substansi pesan, tetapi juga performativitas komunikator di ruang digital.²⁰ Hal ini relevan dengan karakter konten YouTube yang menonjolkan ekspresi personal, spontanitas, serta kedekatan emosional dengan audiens.

Berdasarkan karakter komunikasi digital yang diteliti, penelitian ini memfokuskan pada beberapa dimensi gaya komunikator menurut Norton yang paling relevan, yaitu:

1) Dominant

Dimensi ini merujuk pada kecenderungan komunikator untuk mengontrol jalannya komunikasi, menyampaikan pendapat secara tegas, serta menunjukkan keyakinan yang kuat terhadap argumen yang dibangun. Dalam konteks komunikasi digital, gaya dominan tampak melalui penggunaan kalimat langsung, nada suara yang kuat, pernyataan yang argumentatif, serta sikap percaya diri dalam menyampaikan kritik atau penilaian. Gaya ini berpotensi

²⁰ Richard West dan Lynn H. Turner, *Introducing Communication Theory: Analysis and Application* (New York: McGraw-Hill, 2010), 83–85.

memunculkan persepsi berbeda di kalangan santri, tergantung pada kesesuaian gaya tersebut dengan nilai kesantunan dan adab komunikasi yang mereka anut.

2) Dramatic

Dimensi dramatic terlihat pada penggunaan ekspresi yang hidup, intonasi yang variatif, serta gaya penyampaian yang penuh energi. Dalam media YouTube, gaya dramatik dapat memperkuat daya tarik konten karena menciptakan kesan dinamis dan tidak monoton. Ekspresi wajah, tekanan suara, serta penekanan pada kata-kata tertentu menjadi bagian dari performa komunikasi yang membentuk kesan emosional pada audiens.

3) Friendly

Gaya *friendly* menunjukkan sikap komunikator yang hangat, akrab, dan membangun kedekatan dengan audiens.²¹ Dalam komunikasi digital, gaya ini tampak melalui penggunaan bahasa populer, sapaan informal, humor, serta interaksi yang terasa personal. Dimensi ini penting dianalisis karena dapat memengaruhi penerimaan pesan, terutama ketika audiens berasal dari latar nilai religius seperti santri yang memiliki standar etika komunikasi tertentu.

Dengan menggunakan ketiga dimensi tersebut, penelitian ini berupaya mengidentifikasi karakter gaya komunikasi digital yang

²¹ Robert W. Norton, *Communicator Style: Theory, Applications, and Measures* (Beverly Hills: Sage Publications, 1983), 37–45.

ditampilkan dalam konten yang diteliti. Selanjutnya, hasil identifikasi tersebut dianalisis melalui teori resepsi untuk melihat bagaimana santri memaknai gaya komunikasi tersebut dalam kategori penerimaan positif, netral, atau negatif berdasarkan latar nilai dan pengalaman sosial-keagamaan mereka.

b. Teori Resepsi (*Reception teory – Stuart hall*)

Reception Theory yang dikembangkan Stuart Hall pada 1970 an menawarkan paradigma bahwa audiens bukanlah penerima pasif, melainkan subjek aktif yang menafsirkan pesan berdasarkan latar belakang sosial dan budayanya. Teori ini menguraikan tiga posisi yaitu

1) Dominan-hegemonik

Dominan-hegemonik terjadi ketika audiens menerima pesan media secara utuh sesuai dengan makna yang diharapkan oleh komunikator. Pada posisi ini, audiens tidak melakukan penolakan atau penafsiran ulang terhadap pesan, melainkan menganggap pesan tersebut benar, wajar, dan layak diterima. Dalam konteks penelitian ini, santri yang berada pada posisi dominan-hegemonik cenderung menerima gaya komunikasi dr. Tirta termasuk pilihan bahasa, intonasi, dan ekspresi emosional sebagai cara yang efektif dalam menyampaikan pesan kesehatan.²²

²² Stuart Hall, “*Encoding/Decoding*”, in *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972–79*, ed. Stuart Hall et al. (London: Hutchinson, 1980), 128–38

2) Negosiasi

Posisi negosiasi muncul ketika audiens pada dasarnya menerima pesan media, namun tetap melakukan penyesuaian atau penafsiran ulang berdasarkan nilai, pengalaman, dan konteks sosial yang dimiliki. Audiens dalam posisi ini tidak sepenuhnya menolak pesan, tetapi juga tidak menerimanya secara total. Dalam penelitian ini, santri yang berada pada posisi negosiasi dapat menerima substansi pesan kesehatan yang disampaikan dr. Tirta, namun merasa kurang sepakat dengan gaya komunikasi tertentu, seperti intonasi yang terlalu tinggi atau ekspresi emosional yang kuat.²³

3) Oposisi

Oposisi terjadi ketika audiens secara aktif menolak makna dominan yang ditawarkan oleh media dan membangun pemaknaan sendiri yang bertentangan dengan pesan komunikator. Audiens pada posisi ini memahami pesan yang disampaikan, tetapi menilainya tidak sesuai dengan nilai, norma, atau keyakinan yang dianut. Dalam konteks penelitian ini, santri yang berada pada posisi oposisi cenderung menolak gaya komunikasi dr. Tirta karena dianggap tidak selaras dengan etika komunikasi atau nilai-nilai yang mereka pahami, meskipun pesan kesehatan yang disampaikan memiliki tujuan positif.²⁴

²³ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021).

²⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020).

Dalam penelitian ini, teori resepsi digunakan untuk menilai penerimaan audiens terhadap gaya komunikasi Dokter Tirta yang cenderung emosional. Sebagian audiens mungkin menganggap gaya tersebut lebih otentik dan jujur (dominant), sebagian lagi bisa menerima isi pesannya tetapi tidak nyaman dengan gaya bahasanya (negotiated), sementara sebagian lain bisa menolaknya karena dianggap tidak etis (oppositional).

2. Penelitian Relevan

Peneliti mencantumkan hasil temuan dari peneliti sebelumnya dalam bentuk skripsi atau tesis. Proses ini bermanfaat menjadi referensi penemuan dari penelitian yang sedang dilakukan. Dibawah ini merupakan beberapa studi yang terkait dengan penelitian ini:

- a. Penelitian oleh Farida Salma (2025) berjudul *Persepsi Audiens terhadap Konten Edukasi di Instagram Reels Sozo Dental* mengkaji bagaimana audiens memersepsikan konten edukasi kesehatan yang disampaikan melalui media sosial Instagram Reels.²⁵ Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai persepsi audiens terhadap konten edukasi kesehatan di media digital untuk memahami proses pemaknaan audiens terhadap pesan yang disampaikan komunikator. Namun, perbedaannya terletak pada objek media, komunikator, dan subjek penelitian. Penelitian Farida berfokus pada konten edukasi kesehatan yang dipublikasikan melalui

²⁵ Salma, Farida. *Persepsi Audiens Terhadap Konten Edukasi Di Instagram Reels Sozo Dental. Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, 2025.

Instagram Reels pada akun Sozo Dental dengan audiens masyarakat umum, sedangkan penelitian ini mengkaji resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten *#SuaraTirta* di platform YouTube. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis resepsi santri sebagai kelompok audiens yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren terhadap gaya komunikasi digital figur publik kesehatan dengan menggunakan perspektif *Reception Theory* Stuart Hall.

- b. Penelitian oleh Jasmine dan Farida Nurul Rahmawati (2025) berjudul *Influencer Digital sebagai Agen Komunikasi Kesehatan: Studi Peran dr. Tirta di Era Media Sosial* mengkaji peran dr. Tirta sebagai influencer digital dalam menyampaikan komunikasi kesehatan melalui media sosial.²⁶ Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada objek kajian yang sama, yaitu dr. Tirta sebagai komunikator kesehatan di media digital, serta perhatian terhadap efektivitas penyampaian pesan kesehatan kepada masyarakat. Namun, perbedaannya terletak pada fokus analisis. Penelitian Jasmine dan Rahmawati berfokus pada peran dr. Tirta sebagai agen komunikasi kesehatan dalam membangun edukasi kesehatan melalui media sosial, sedangkan penelitian ini berfokus pada resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten *#SuaraTirta* di YouTube. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan *Reception Theory* Stuart Hall untuk menganalisis bagaimana santri sebagai audiens

²⁶ Jasmine, Izza Luria Putri, and Farida Nurul Rahmawati. "Influencer Digital Sebagai Agen Komunikasi Kesehatan Studi Peran dr. Tirta di Era Media Sosial." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3.6 (2025).

dengan latar belakang pendidikan pesantren memaknai gaya komunikasi digital dr. Tirta, sehingga menghasilkan bentuk resepsi yang berbeda berdasarkan pengalaman, nilai, dan budaya yang dimiliki.

- c. Penelitian oleh Diki Ardiansah (2025) berjudul *Resepsi Penonton terhadap Gaya Bahasa Disfemisme pada Dakwah Gus Iqdam di Kanal YouTube Gus Iqdam Official* mengkaji bagaimana penonton memaknai penggunaan gaya bahasa disfemisme dalam dakwah Gus Iqdam melalui perspektif *Reception Theory* Stuart Hall. Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan teori resepsi untuk menganalisis proses pemaknaan audiens terhadap gaya komunikasi yang disampaikan melalui platform YouTube serta penggunaan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun perbedaannya terletak pada objek kajian dan karakteristik informan. Penelitian Diki Ardiansah berfokus pada resepsi penonton terhadap gaya bahasa disfemisme dalam konten dakwah Gus Iqdam, sedangkan penelitian ini mengkaji resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten *#SuaraTirta* di YouTube. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis resepsi santri sebagai audiens yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren terhadap gaya komunikasi figur publik di bidang kesehatan, sehingga memperluas penerapan *Reception Theory* pada konteks komunikasi kesehatan digital.²⁷

²⁷ Ardiansah, Diki. *Resepsi Penonton Terhadap Gaya Bahasa Disfemisme Pada Dakwah Gus Iqdam Di Kanal Youtube Gus Iqdam Official*. Skripsi. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025.

- d. Penelitian oleh Bagus Sujatmiko, Muhammad Amrillah, dan M. Choirul Wachid (2026) berjudul *Analisis Gaya Komunikasi Akun Instagram Rekan Santri Garis Lucu sebagai Media Dakwah Kultural di Media Sosial* mengkaji karakteristik gaya komunikasi yang digunakan akun Instagram Rekan Santri Garis Lucu dalam menyampaikan pesan dakwah kultural melalui media sosial.²⁸ Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian mengenai gaya komunikasi di media digital serta penggunaan perspektif komunikasi Islam dalam memahami penyampaian pesan kepada audiens. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan fokus analisis. Penelitian Sujatmiko, Amrillah, dan Wachid berfokus pada analisis gaya komunikasi akun media sosial sebagai media dakwah kultural, sedangkan penelitian ini mengkaji resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten *#SuaraTirta* di YouTube. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis penerimaan audiens menggunakan *Reception Theory* Stuart Hall, sehingga tidak hanya mengidentifikasi karakteristik gaya komunikasi, tetapi juga menjelaskan bagaimana santri memaknai dan merespons gaya komunikasi tersebut berdasarkan latar belakang pendidikan pesantren dan nilai-nilai keislaman yang dimiliki.
- e. Penelitian oleh Sere Alia Maharani Simanjuntak (2023) berjudul *Analisis Resepsi Masyarakat tentang Gaya Hidup Hedonisme*

²⁸ Sujatmiko, Bagus, Muhammad Amrillah, and M. Choirul Wachid. "Analisis Gaya Komunikasi Akun Instagram Rekan Santri Garis Lucu Sebagai Media Dakwah Kultural Di Media Sosial." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 7.1 (2026): 199-210.

Selebgram (Studi Netnografi pada Followers Instagram @siscakohl) mengkaji bagaimana masyarakat memaknai representasi gaya hidup hedonisme yang ditampilkan oleh selebgram melalui media sosial Instagram dengan menggunakan pendekatan analisis resepsi.²⁹ Kesamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada penggunaan analisis resepsi untuk memahami proses pemaknaan audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui media digital. Adapun perbedaannya terletak pada objek kajian, platform media, dan karakteristik informan. Penelitian Simanjuntak berfokus pada resepsi masyarakat terhadap representasi gaya hidup hedonisme pada konten Instagram, sedangkan penelitian ini mengkaji resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube. Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan *Reception Theory* Stuart Hall dalam konteks komunikasi kesehatan digital dengan melibatkan santri sebagai audiens yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren dan nilai-nilai keislaman sebagai dasar dalam memaknai gaya komunikasi komunikator.

3. Kerangka Berpikir

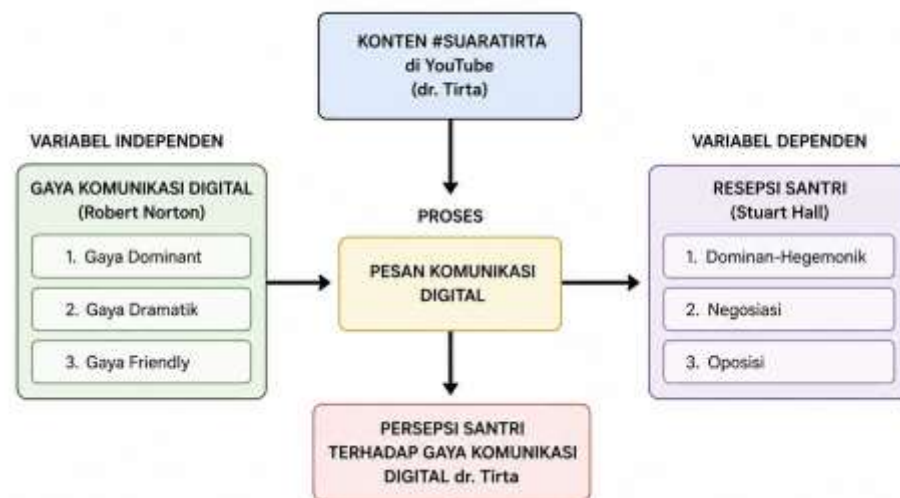
Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun berdasarkan hubungan antara gaya komunikasi digital yang digunakan oleh dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube dengan resepsi santri sebagai audiens terhadap gaya komunikasi tersebut. Konten #SuaraTirta

²⁹ Simanjuntak, Sere Alia Maharani. Analisis Resepsi Masyarakat Tentang Gaya Hidup Hedonisme Selebgram (Studi Netnografi pada Followers Instagram@ siscakohl). *Skripsi*. Universitas Medan Area, 2023.

diposisikan sebagai media komunikasi digital yang menyampaikan pesan-pesan kesehatan kepada masyarakat melalui karakteristik gaya komunikasi yang khas. Dalam penelitian ini, santri dipandang sebagai audiens aktif yang tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga melakukan proses pemaknaan sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, dan nilai-nilai keagamaan yang dimiliki.

Penelitian ini memfokuskan kajian pada tiga dimensi gaya komunikasi menurut *Communicator Style Theory* yang dikemukakan oleh Robert Norton, yaitu gaya *dominant*, gaya *dramatic*, dan gaya *friendly*. Ketiga dimensi tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi karakteristik gaya komunikasi digital yang ditampilkan dr. Tirta dalam menyampaikan pesan kesehatan melalui konten #SuaraTirta. Selanjutnya, resepsi santri terhadap gaya komunikasi tersebut dianalisis menggunakan *Reception Theory* dari Stuart Hall melalui tiga posisi penerimaan, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*.

Melalui hubungan antara kedua konsep tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana gaya komunikasi digital dr. Tirta memengaruhi proses pemaknaan santri terhadap pesan yang disampaikan. Dengan demikian, kerangka berpikir ini menunjukkan bahwa karakteristik gaya komunikasi digital menjadi fokus analisis utama yang kemudian menghasilkan beragam bentuk resepsi santri berdasarkan latar belakang sosial, pengalaman bermedia, serta nilai-nilai keislaman yang mereka anut.



Gambar 1.1 Visualisasi Kerangka Berpikir

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif.³⁰ Penelitian lapangan dipilih karena data utama diperoleh secara langsung dari informan melalui proses wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.³¹ Penelitian ini bertujuan untuk memahami serta mendeskripsikan secara mendalam resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital yang digunakan oleh dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana santri memaknai gaya komunikasi digital tersebut berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta nilai-nilai keagamaan yang mereka miliki.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 2–4.

³¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), 6–7.

Adapun pendekatan keilmuan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi resepsi audiens (*Audience Reception Study*) dalam kajian Ilmu Komunikasi. Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana audiens sebagai penerima pesan melakukan proses pemaknaan terhadap pesan media. Menurut Stuart Hall, audiens bukanlah penerima pesan yang pasif, melainkan individu yang secara aktif melakukan proses decoding terhadap pesan berdasarkan latar belakang sosial, budaya, pengalaman, dan sistem nilai yang dimilikinya. Oleh karena itu, makna yang dihasilkan dari suatu pesan media dapat berbeda antara satu audiens dengan audiens lainnya.

Dalam penelitian ini, pendekatan studi resepsi digunakan untuk mengkaji bagaimana santri memaknai gaya komunikasi digital dr. Tirta yang ditampilkan dalam konten #SuaraTirta di YouTube. Peneliti terlebih dahulu mengidentifikasi karakteristik gaya komunikasi dr. Tirta menggunakan *Communicator Style Theory* dari Robert Norton, kemudian menganalisis resepsi santri terhadap gaya komunikasi tersebut menggunakan *Reception Theory* dari Stuart Hall melalui tiga posisi resepsi, yaitu *dominant-hegemonic*, *negotiated*, dan *oppositional*. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan antara karakteristik gaya komunikasi digital dengan proses pemaknaan yang dilakukan santri sebagai audiens aktif dalam ruang komunikasi digital.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua bentuk, yaitu sumber data berupa media dan sumber data berupa informan. Sumber data pertama adalah konten yang terdapat pada kanal YouTube dr. Tirta, khususnya program *#SuaraTirta*. Konten video tersebut menjadi sumber data utama karena memuat gaya komunikasi digital yang dianalisis dalam penelitian ini, meliputi pilihan bahasa, intonasi, serta ekspresi emosional dalam penyampaian pesan kesehatan. Dalam penelitian kualitatif, dokumen atau teks media termasuk dalam kategori sumber data yang dapat dianalisis untuk memahami makna dan karakter pesan yang disampaikan.³² Oleh karena itu, akun YouTube dr. Tirta diposisikan sebagai sumber data yang menyediakan objek komunikasi yang kemudian dimaknai oleh audiens.

Sumber data kedua adalah santri yang berperan sebagai informan penelitian. Santri yang dipilih merupakan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berusia 20–25 tahun yang sedang atau pernah mengenyam pendidikan di pondok pesantren minimal satu tahun serta telah menonton konten *#SuaraTirta*. Mereka menjadi sumber data karena memiliki pengalaman langsung dalam mengakses dan memaknai gaya komunikasi digital yang diteliti. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 157–159.

berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang sedang atau pernah menjadi santri di pondok pesantren minimal satu tahun serta telah menyaksikan konten *#SuaraTirta* di YouTube. Melalui wawancara mendalam, peneliti menggali persepsi, pandangan, dan proses resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital di Tirta dalam konteks nilai etika komunikasi Islam.³³

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai dokumen dan bahan pendukung yang relevan dengan fokus penelitian. Data sekunder digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer, serta memberikan konteks teoretis dan empiris terhadap analisis persepsi santri. Data ini meliputi literatur ilmiah, buku, jurnal, serta hasil penelitian terdahulu yang membahas komunikasi digital, komunikasi kesehatan, komunikasi persuasif, dan teori resepsi audiens.³⁴ Selain itu, data sekunder juga diperoleh dari dokumentasi program *#SuaraTirta* di YouTube, seperti video yang ada di Youtube Tirta peng peng dalam program *#SuaraTirta* yang di upload pada bulan Desember 2026. Dokumentasi tersebut digunakan untuk membantu peneliti memahami konteks pesan, gaya komunikasi digital yang ditampilkan, serta dinamika interaksi antara komunikator

³³ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), 186–187.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), 112–113.

dan audiens.³⁵ Penggunaan data sekunder ini memungkinkan penelitian memiliki landasan teoritis yang kuat serta membantu peneliti dalam menafsirkan data primer secara lebih komprehensif.³⁶

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan terhadap konten #SuaraTirta pada platform YouTube dengan cara mengamati gaya komunikasi digital dr. Tirta, meliputi pilihan bahasa, intonasi, serta ekspresi emosional yang muncul dalam penyampaian pesan kesehatan. Observasi ini bersifat non-partisipan, di mana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam proses produksi konten, melainkan hanya berperan sebagai pengamat.³⁷ Melalui teknik observasi, peneliti dapat mencatat pola-pola komunikasi yang konsisten maupun yang variatif dalam setiap unggahan, serta mengidentifikasi unsur-unsur gaya komunikasi yang berpotensi memengaruhi persepsi santri sebagai audiens. Hasil observasi ini digunakan sebagai data pendukung yang memperkuat temuan dari wawancara mendalam dan dokumentasi, sehingga analisis data menjadi lebih komprehensif dan kontekstual.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan menelaah konten video #SuaraTirta di YouTube pada bulan Desember 2026

³⁵ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2021), 168.

³⁶ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKiS, 2021), 94.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020), 105–106.

yang relevan dengan fokus penelitian. Selain itu, dokumentasi juga mencakup deskripsi video serta komentar audiens yang berkaitan dengan gaya komunikasi digital dr. Tirta.³⁸ Data dokumentasi digunakan untuk memberikan konteks terhadap gaya komunikasi yang dianalisis serta membantu peneliti dalam memahami bentuk pesan yang diterima oleh audiens. Dengan mengombinasikan data dokumentasi dan wawancara, peneliti dapat melakukan triangulasi data sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid dan komprehensif.³⁹

c. Wawancara

Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data secara langsung dari santri terkait persepsi mereka terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube. Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat menggali pandangan, pemaknaan, serta pengalaman informan secara lebih rinci dan kontekstual, sehingga data yang dihasilkan tidak bersifat permukaan semata.⁴⁰ Wawancara dilakukan secara mendalam kepada sepuluh informan yang telah memenuhi kriteria penelitian sebagaimana dijelaskan pada bagian sumber data primer. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti memiliki panduan pertanyaan sekaligus fleksibilitas untuk menyesuaikan alur pembicaraan dengan jawaban informan. Dengan demikian, informan dapat mengemukakan

³⁸ Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana, 2021), 169.

³⁹ Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LKiS, 2021), 98.

⁴⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021), 186–187.

pendapatnya secara bebas sesuai dengan pengalaman dan sudut pandang masing-masing, sementara peneliti tetap dapat menjaga fokus penelitian.⁴¹

4. Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis melalui tiga tahap, yaitu tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan berdasarkan teori Miles dan Huberman.⁴²

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap awal dalam analisis data kualitatif yang dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksikan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi. Pada tahap ini, peneliti menyeleksi data yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu persepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube. Data yang tidak berkaitan dengan tujuan penelitian akan disisihkan, sehingga data yang dianalisis benar-benar sesuai dengan rumusan masalah penelitian.⁴³

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menyusun hasil reduksi data ke dalam bentuk narasi deskriptif yang sistematis dan logis. Penyajian data bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami pola,

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2022), 125–126.

⁴² Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020), 69–71.

⁴³ Nuning Indah Pratiwi, “Penggunaan Analisis Kualitatif dalam Penelitian Sosial,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*

kecenderungan, serta hubungan antarkategori data yang muncul selama proses penelitian⁴⁴. Dalam penelitian ini, penyajian data disusun dalam bentuk uraian yang menggambarkan pemaknaan santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta, sehingga memberikan gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dalam analisis data yang dilakukan dengan merumuskan makna dari data yang telah disajikan. Kesimpulan yang diperoleh bersifat sementara dan akan terus diuji kebenarannya melalui proses verifikasi selama penelitian berlangsung.⁴⁵ Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa temuan penelitian memiliki dasar empiris yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

⁴⁴ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*

⁴⁵ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020), 180–181.

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun ke dalam lima bab yang saling berkaitan satu sama lain guna memudahkan pembaca dalam memahami alur penelitian secara sistematis dan terstruktur.

BAB I: Pendahuluan berisi latar belakang masalah yang menguraikan fenomena gaya komunikasi dan persepsi santri terhadap konten kesehatan di YouTube, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II: Landasan Teori memuat kajian teoritis dan konseptual yang menjadi dasar analisis penelitian. Pembahasan gaya komunikasi dan teori resepsi audiens.

BAB III: Hasil Penelitian berisi paparan data hasil penelitian yang diperoleh dari proses pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Data disajikan secara deskriptif sesuai dengan fokus penelitian, yaitu resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta.

BAB IV: Analisis hasil penelitian berisi analisis dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang telah dipaparkan pada Bab III mengenai gaya komunikasi dari dr.Tirta dan persepsi santri terhadap hal tersebut.

BAB V: Penutup memuat kesimpulan yang merangkum hasil dan analisis penelitian, serta saran yang ditujukan bagi pengembangan kajian selanjutnya dan pihak-pihak terkait yang relevan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai *Analisis Resepsi Santri terhadap Gaya Komunikasi Digital dr. Tirta dalam Konten #SuaraTirta di YouTube*, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi digital dalam ruang media sosial menjadi faktor penting yang memengaruhi cara audiens menerima, menafsirkan, dan merespons pesan. dr. Tirta membangun komunikasi digital yang khas melalui perpaduan gaya komunikasi yang kuat, ekspresif, dan komunikatif, yang kemudian memunculkan resepsi yang beragam di kalangan santri sebagai audiens dengan latar nilai keagamaan yang khas. Adapun kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi digital yang digunakan dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube dapat disimpulkan memiliki karakter komunikasi yang dinamis, tegas, dan adaptif melalui perpaduan tiga gaya komunikasi utama, yaitu *dominant style*, *dramatic style*, dan *friendly style*. Gaya *dominant* tampak dalam penyampaian pesan yang lugas, tegas, dan penuh keyakinan, sehingga membangun otoritas komunikator dalam menyampaikan informasi kesehatan di ruang digital. Gaya *dramatic* terlihat melalui penggunaan intonasi yang variatif, ekspresi emosional yang kuat, serta penekanan tertentu yang mampu menarik perhatian audiens dan memperkuat urgensi pesan yang disampaikan. Sementara itu,

gaya *friendly* tercermin dalam penggunaan bahasa populer, sapaan informal, humor ringan, dan pendekatan komunikatif yang menciptakan kedekatan dengan audiens. Perpaduan ketiga gaya komunikasi tersebut dapat disimpulkan menunjukkan bahwa strategi komunikasi dr. Tirta bersifat fleksibel dan kontekstual, sehingga tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada upaya membangun perhatian, kedekatan emosional, dan pengaruh terhadap audiens.

2. Resepsi santri terhadap gaya komunikasi digital dr. Tirta dalam konten #SuaraTirta di YouTube dapat disimpulkan dalam tiga posisi resepsi, yaitu dominan-hegemonik, negosiasi, dan oposisi. Sebagian santri menerima gaya komunikasi dr. Tirta secara utuh dan positif karena dinilai efektif, jelas, dan relevan dengan karakter komunikasi media digital yang cepat dan dinamis. Kelompok ini berada pada posisi *dominant-hegemonic* karena menerima pesan sesuai dengan makna yang dibangun komunikator. Sebagian santri lainnya dapat disimpulkan berada pada posisi *negotiated*, yaitu menerima substansi pesan kesehatan yang disampaikan, tetapi tetap melakukan penyesuaian dan penilaian kritis terhadap cara penyampaian, khususnya pada aspek intonasi tinggi dan ekspresi emosional yang dianggap terlalu keras. Sementara itu, sebagian santri lain berada pada posisi *oppositional*, yakni memahami isi pesan, tetapi cenderung menolak gaya komunikasi yang digunakan karena dipandang kurang selaras dengan nilai kesantunan, adab komunikasi, dan etika komunikasi Islam yang berkembang dalam tradisi pesantren. Dengan

demikian, dapat disimpulkan bahwa resepsi santri terhadap komunikasi digital dipengaruhi oleh latar belakang nilai keagamaan, pengalaman bermedia, dan budaya komunikasi yang dimiliki masing-masing individu.

B. Saran

1. Kreator Konten Digital

Kreator konten digital, khususnya yang bergerak dalam bidang edukasi kesehatan, disarankan untuk lebih memperhatikan kesesuaian antara substansi pesan dan gaya komunikasi yang digunakan dalam penyampaian konten. Penyampaian informasi yang tegas dan menarik memang penting untuk membangun perhatian audiens, namun aspek etika komunikasi, kesantunan berbahasa, dan sensitivitas terhadap latar belakang nilai audiens juga perlu menjadi pertimbangan utama. Dengan demikian, pesan yang disampaikan tidak hanya efektif secara informatif, tetapi juga dapat diterima secara lebih luas oleh berbagai kelompok audiens dengan latar budaya dan nilai yang berbeda.

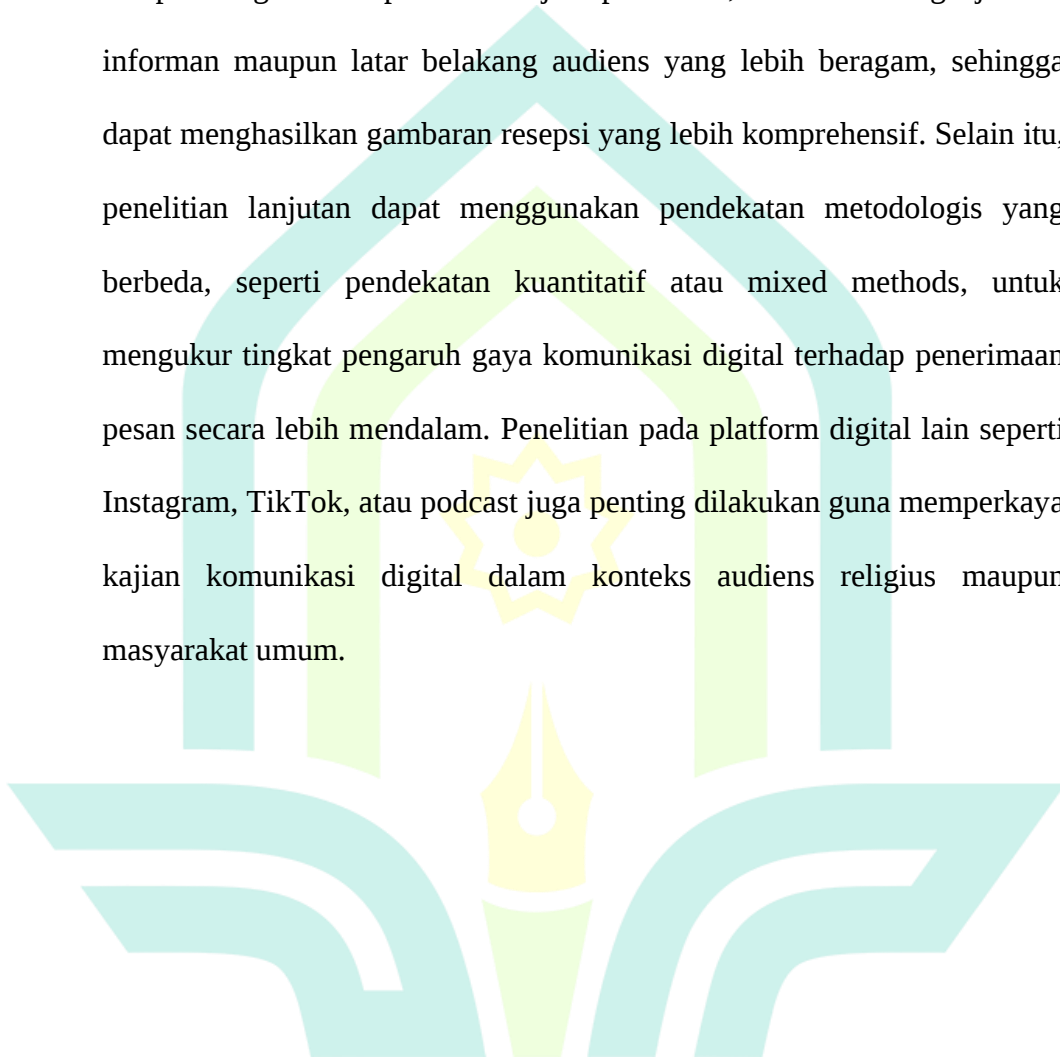
2. Santri dan Audiens Media Digital

Santri dan audiens media digital disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan literasi media agar mampu bersikap kritis, selektif, dan reflektif dalam menerima berbagai konten digital. Pemahaman terhadap isi pesan perlu dibarengi dengan kemampuan menganalisis konteks komunikasi, sehingga audiens tidak hanya berfokus pada gaya penyampaian, tetapi juga mampu menilai validitas dan manfaat informasi yang diterima. Bagi santri secara khusus, nilai-nilai etika komunikasi

Islam dapat dijadikan landasan dalam menyikapi berbagai bentuk komunikasi digital yang berkembang di ruang publik.

3. Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian serupa dengan memperluas subjek penelitian, baik dari segi jumlah informan maupun latar belakang audiens yang lebih beragam, sehingga dapat menghasilkan gambaran resepsi yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda, seperti pendekatan kuantitatif atau mixed methods, untuk mengukur tingkat pengaruh gaya komunikasi digital terhadap penerimaan pesan secara lebih mendalam. Penelitian pada platform digital lain seperti Instagram, TikTok, atau podcast juga penting dilakukan guna memperkaya kajian komunikasi digital dalam konteks audiens religius maupun masyarakat umum.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdurrahman Wahid. *Menggerakkan Tradisi*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020.
- Axel Bruns. *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. New York: Peter Lang, 2008.
- Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020.
- Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2015.
- David Morley. *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*. London: British Film Institute, 1980.
- Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021.
- Deddy Mulyana. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Denis McQuail. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications, 2010.
- Effendy, Onong Uchjana. "Ilmu komunikasi." Bandung: Remaja Rosdakarya (2007).
- Henry Jenkins. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Jalaluddin Rakhmat. *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan, 1992.
- Jalaluddin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Jean Burgess dan Joshua Green. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2009.
- John W. Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2014.

- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019.
- Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2021.
- Manuel Castells. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford: Blackwell Publishers, 2010.
- Norton, Robert. *Communicator Style: Theory, Applications, and Measures*. Beverly Hills: Sage Publications, 1983.
- Nurcholish Madjid. *Bilik-Bilik Pesantren*. Jakarta: Paramadina, 1997.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2020.
- Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS, 2021.
- Richard West dan Lynn H. Turner. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. New York: McGraw-Hill, 2010.
- Rulli Nasrullah. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Rulli Nasrullah. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Soekidjo Notoatmodjo. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2020.
- Sonia Livingstone. *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. Oxford: Pergamon Press, 1990.
- Stuart Hall. "Encoding/Decoding." Dalam *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972–79*, disunting oleh Stuart Hall dkk. London: Hutchinson, 1980.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2022.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Zamakhshari Dhofier. *Tradisi Pesantren: Studi tentang Pandangan Hidup Kiai*. Jakarta: LP3ES, 1982.

Jurnal:

Ahmad Zainal Abidin dan Siti Aminah. "Literasi Media Digital Santri di Era Media Sosial." *Jurnal Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2021).

Jasmine, Izza Luria Putri, dan Farida Nurul Rahmawati. "Influencer Digital Sebagai Agen Komunikasi Kesehatan: Studi Peran dr. Tirta di Era Media Sosial." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 6 (2025).

Marwah, Nur. "Etika Komunikasi Islam." *Al-Din: Jurnal Dakwah dan Sosial Keagamaan* 7, no. 1 (2021).

Murti Kusuma Wirasti dan Sugeng Bayu Wahyono. "Studi Resepsi Khalayak terhadap Disinformasi Pandemi COVID-19 pada Media Sosial di Yogyakarta." *Jurnal Komunikasi* 19, no. 1 (2024).

Norton, Robert W. "Foundation of a Communicator Style Construct." *Human Communication Research* 4, no. 2 (1978).

Norton, Robert W., dan Loyd S. Pettegrew. "Communicator Style as an Effect Determinant of Attraction." *Communication Research* 4, no. 3 (1977).

Nuning Indah Pratiwi. "Penggunaan Analisis Kualitatif dalam Penelitian Sosial." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*.

Nurul Huda dan Ahmad Choirul Rofiq. "Persepsi Audiens terhadap Konten Kesehatan di Media Digital." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2022).

Sadam Sholihin, Desi Hasbiyah, dan Sukarelawati. "Pengaruh Digital Storytelling pada Channel YouTube Satu Persen Indonesian Life School terhadap Literasi Kesehatan Mental Generasi Z." *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik* (2025).

Simanjuntak, Sere Alia Maharani. Analisis Resepsi Masyarakat Tentang Gaya Hidup Hedonisme Selebgram (Studi Netnografi pada Followers Instagram@ siscakohl). *Skripsi*. Universitas Medan Area, 2023.

Sujatmiko, Bagus, Muhammad Amrillah, and M. Choirul Wachid. "Analisis Gaya Komunikasi Akun Instagram Rekan Santri Garis Lucu Sebagai Media Dakwah Kultural Di Media Sosial." *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam* 7.1 (2026): 199-210.

Wardah dan Muh Jamil Reza. "Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan YouTube sebagai Media Konten Video Kreatif." *Jurnal Komunikasi dan*

Organisasi 3, no. 1 (2022).Abdurrahman Wahid, *Menggerakkan Tradisi* (Yogyakarta: LKiS, 2001), 135–137.

Skripsi/Tesis/Disertasi:

Ardiansah, Diki. *Resepsi Penonton Terhadap Gaya Bahasa Disfemisme Pada Dakwah Gus Iqdam Di Kanal Youtube Gus Iqdam Official*. Skripsi. UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025.

Salma, Farida. *Persepsi Audiens Terhadap Konten Edukasi Di Instagram Reels Sozo Dental*. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta, 2025.

Saputra, N. *Efektivitas Pendekatan Psikologi Komunikasi dalam Mentransformasikan Nilai-Nilai Islam di Pondok Pesantren UII*. Disertasi Doktorat. Universitas Islam Indonesia, 2025.

Website:

"Awal Mula Bisnis Shoes and Care dr. Tirta." Blog Resmi Shoes and Care. 24 Juli 2021.

Data subscriber dan frekuensi unggahan kanal YouTube Tirta PengPengPeng. Diakses 9 April 2026.

Hafizh, Naufal. "Predikat Cumlaude, dr. Tirta Lulus Magister ITB 1,5 Tahun: Ilmu Penting Diterapkan pada Realita." Institut Teknologi Bandung, 29 April 2024.

Tantiya Nimas Nuraini. "Profil dr Tirta, Dokter Muda yang Terkenal di Kalangan Milenial." *Kumparan*, 20 Juni 2024.

Observasi:

Observasi peneliti terhadap konten YouTube "#suaratirta Dari Netizen untuk Netizen: Edukasi Mitos & Fakta Kesehatan!", diunggah 11 Desember 2025.

Observasi peneliti terhadap konten YouTube "#suaratirta Mengupas Mitos & Fakta Kesehatan Hidrasi dan Olahraga!", diunggah 4 Desember 2025.

Observasi peneliti terhadap konten YouTube "#suaratirta Manfaat Tersembunyi Belajar Bahasa Baru yang Jarang Orang Tahu", diunggah 23 Desember 2025.

Wawancara:

Danil, santri Pondok Pesantren Asma' Chusna, wawancara, 23 April 2026.

Nikmah, santri Pondok Pesantren Al Fusha, wawancara, 23 April 2026.

Babo, santri Pondok Pesantren Syafi'i Akrom, wawancara, 23 April 2026.

Arda, santri Pondok Pesantren Al Fusha, wawancara, 23 April 2026.

Syafi'i, santri Pondok Pesantren Ribatul Muta'allimin, wawancara, 23 April 2026.

Rifqi, santri Pondok Pesantren Syubbanul Wathon Magelang, wawancara, 23 April 2026.

Ela, santri Pondok Pesantren Al Fusha, wawancara, 23 April 2026.

Isma, santri Pondok Pesantren Al Hikmah, wawancara, 23 April 2026.

Fadlan, santri Pondok Pesantren Islahut Tholabah, wawancara, 23 April 2026.

Umam, santri Pondok Pesantren Darul Falah Amtsilati, wawancara, 23 April 2026.