

**GAYA BAHASA DAKWAH TAKDIR ALISYAHBANA
RIDWAN DALAM *QnA* #BINCANGAKHLAK DI MEDIA
INSTAGRAM @JE.K__**

SKRIPSI

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



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

**GAYA BAHASA DAKWAH TAKDIR ALISYAHBANA
RIDWAN DALAM *QnA* #BINCANGAKHLAK DI MEDIA
INSTAGRAM @JE.K__**

SKRIPSI

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

HALAMAN JUDUL



Oleh:

RIDLO INDRA PRADANA

NIM: 3420101

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ridlo Indra Pradana
NIM : 3420101
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **"GAYA BAHASA DAKWAH TAKDIR ALISYAHBANA RIDWAN DALAM *QnA* #BINCANGAKHLAK DI MEDIA INSTAGRAM @je.k__"** 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, 29 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Ridlo Indra Pradana
NIM. 3420101

NOTA PEMBIMBING

Kholid Noviyanto, MA. Hum
Jl. Pahlawan, Km 05, Rowolaku, Kajen, Pekalongan

Lamp : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdra. Ridlo Indra Pradana

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Program Studi 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 : Ridlo Indra Pradana
NIM : 3420101
Judul : **GAYA BAHASA DAKWAH TAKDIR ALISYAHBANA
RIDWAN DALAM QnA #BINCANGAKHLAK DI MEDIA
INSTAGRAM @JE.K**

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 29 Desember 2023

Pembimbing,



Kholid Noviyanto, MA.Hum

NIP. 198810012019031008



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:

Nama : **RIDLO INDRA PRADANA**
NIM : **3420101**
Judul Skripsi : **GAYA BAHASA DAKWAH TAKDIR ALISYAHBANA
RIDWAN DALAM QNA #BINCANGAKHLAK DI
MEDIA INSTAGRAM @JE.K__**


yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 15 Maret 2024 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. H. Muhandis Azzuhri Lc., M.A
NIP. 197801052003121002

Penguji II



Mukovimah, M.Sos
NIP. 199206202019032016

Pekalongan, 15 Maret 2024

Disahkan Oleh

Dekan




Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. 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.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ʾ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة

ditulis

mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis rabbanā
البر ditulis al-barr

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis asy-syamsu
الرجل ditulis ar-rojulu
السيدة ditulis as-sayyidinah

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis al-qamar
البدیع ditulis al-badi'
الجلال ditulis al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

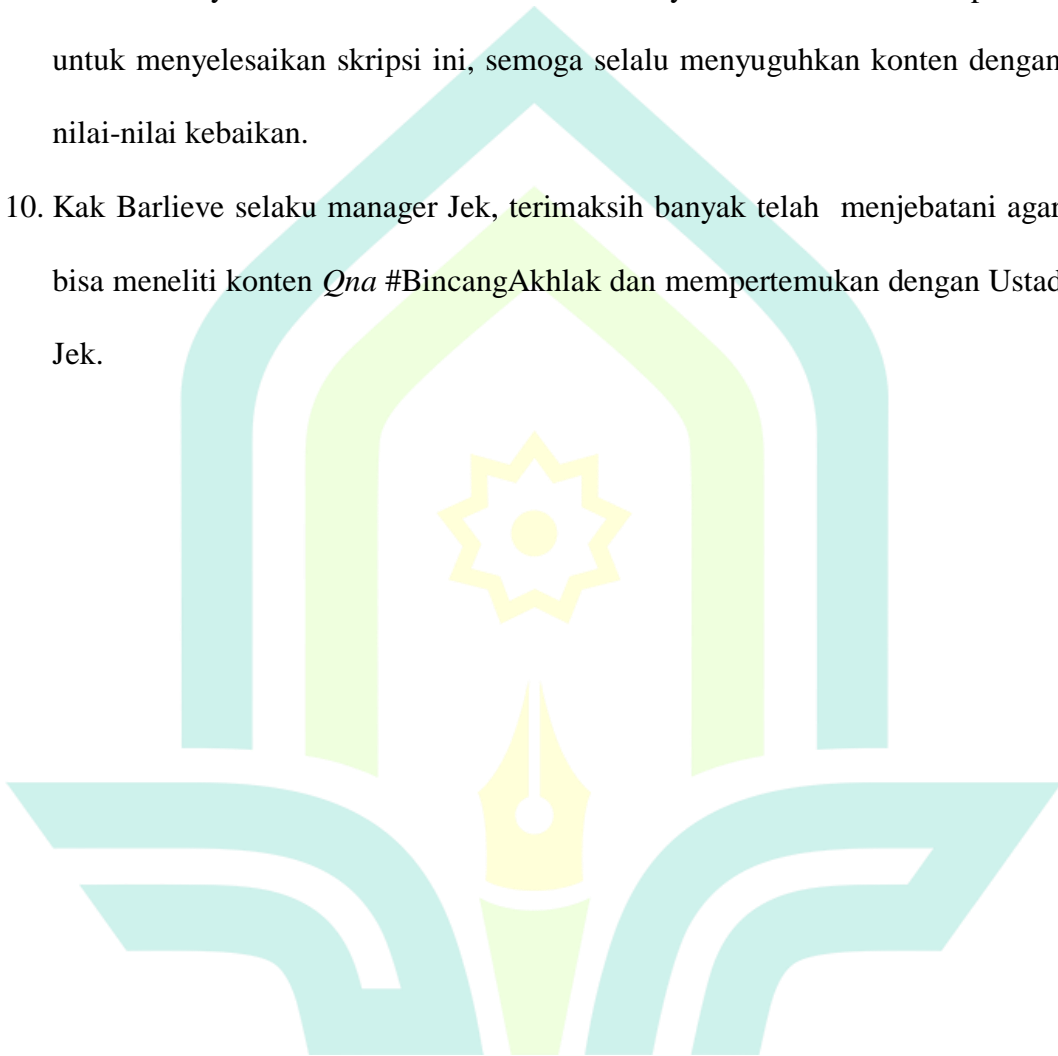
أمرت ditulis umirtu
شيء ditulis syai'un

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan Syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa banga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
2. Ibuku tercinta yang selalu mendukung di setiap langkahku dalam menyelesaikan gelar sarjana ini. Tanpa doa beliau penulis tidak akan bisa sampai di titik ini.
3. Ayahku tercinta yang selalu memberikan inspirasi bahwa setiap langkah kehidupan pasti tidak akan mudah dicapai jika hanya dengan berdiam diri saja. Terimakasih banyak telah mempercayakan penulis untuk mengambil kuliah dan memperoleh gelar sarjana.
4. Adikku tercinta yang selalu menanyakan pulangny kapan ketika sedang di kampus, terimakasih banyak telah mengingatkan untuk kembali ke hangatnya keluarga.
5. Keluarga besar yang tak henti-hentinya menanyakan kapan lulus, terimakasih banyak telah memotivasi penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Kholid Noviyanto selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih banyak telah membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

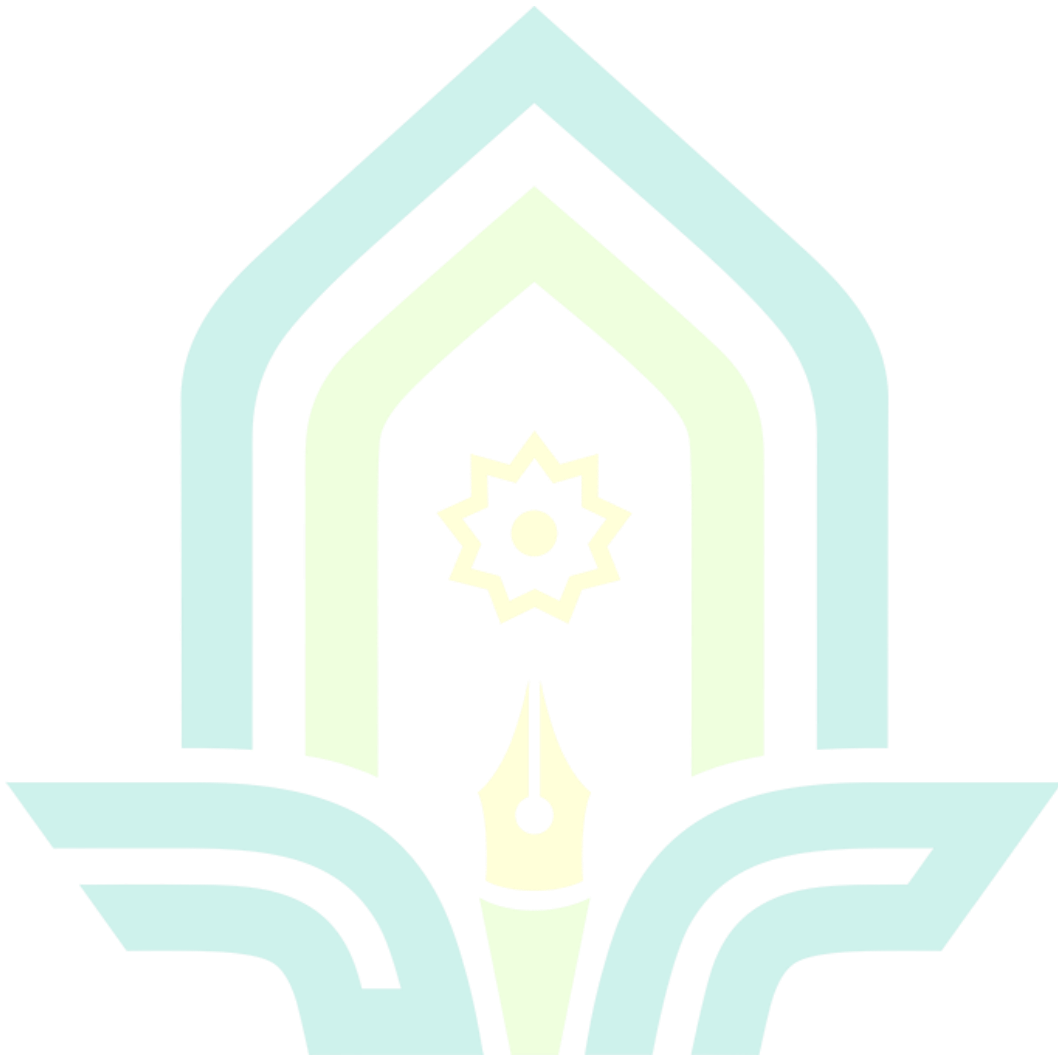
7. Rekan Angkatan 20 Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah membantu memberikan saran dan juga masukan untuk skripsi ini
8. Semua teman dan sahabat yang selalu menanyakan progres skripsi karena banyaknya kasus mahasiswa yang beredar di media.
9. Takdir Alisyahbana Ridwan terimakasih banyak telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, semoga selalu menyuguhkan konten dengan nilai-nilai kebaikan.
10. Kak Barlieve selaku manager Jek, terimakasih banyak telah menjebatani agar bisa meneliti konten *Qna* #BincangAkhlak dan mempertemukan dengan Ustad Jek.



MOTTO

”Jadilah diri sendiri, karena orang lain mana mau jadi dirimu yang ga berguna itu”

-Takdir Alisyahbana Ridwan-



ABSTRAK

Pradana, Ridlo Indra. 2023. Gaya Bahasa Dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan dalam *QnA* #BincangAkhlak di Media Instagram @je.k__. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN)

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Kholid Noviyanto, MA. Hum.

Kata Kunci : Dakwah, Gaya Komunikasi, *QnA*, Jek.

Takdir Ali Syahbana Ridwan atau biasa dikenal dengan Ustadz Jek adalah seorang pendakwah yang mengawali kajiannya di media sosial twitter. Ustadz Jek menyampaikan kajian dakwahnya dengan cara yang tidak biasa, yakni menggunakan *QnA* melalui media sosial Instagram seputar permasalahan dalam agama Islam dengan tagar #BincangAkhlak di *instastory*nya. Cara Ustadz Jek menjawab pertanyaan *QnA* sangat berbeda dengan para da'i lainnya yang menggunakan kata-kata halus dan sopan, Ustadz Jek lebih memilih menjawab dengan kata-kata yang menyakitkan dan kasar bagi para penannya. Dengan gaya bahasa yang kasar seharusnya mendapat respon yang *negatif* bagi para penanya, namun faktanya akun dengan username @je.k__ ini mengalami perkembangan yang sangat cepat, *followers* @je.k__ kini naik secara signifikan menjadi 161 ribu *followers* dalam kurun waktu 6 bulan saja. Penelitian ini akan mengulik gaya bahasa dalam konten *QnA* #BincangAkhlak dan tahapan penerapan gaya bahasa dakwah melalui *QnA* #BincangAkhlak di media Instagram dalam mengembangkan dakwah di media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya bahasa dakwah dalam *QnA* #BincangAkhlak dan mengetahui bagaimana tahapan penerapan gaya bahasa dakwah melalui *QnA* #BincangAkhlak di media Instagram @je.k__ dalam mengembangkan dakwah di media.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Objek yang akan diteliti yaitu gaya penyampaian dakwah pada akun Instagram Jek. Selanjutnya data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan teori gaya komunikasi dari Kreitner dan Kinicki.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua gaya komunikasi yang diterapkan oleh Jek dari tiga jenis yang ada, antara lain gaya *assertive* dan *aggressive*. Penggunaan gaya *aseertive* ini dilihat dari penyampaian dakwah Ustad Jek dengan penyampaian secara langsung, sedikit pernyataan dengan menaruh harapan kepada orang lain dan selalu menggunakan humor dalam penyampaiannya. Penggunaan gaya *aggressive* digunakan Ustad Jek untuk menekankan inti dari apa yang disampaikan, hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata-kata sarakastik yang biasa Ustad Jek lakukan untuk mengingatkan, memberi perintah dan melarang. Tahapan penerapan gaya dakwah Ustad jek dalam mengembangkan dakwah di media, yakni penggunaan media sosial secara efektif sebagai perantara komunikasi dengan sasaran dakwah, memiliki personal branding dan sesuai dengan gaya bahasa dakwah yang dipilih dan Keunikan dalam menyajikan konten dakwah islam yang kekinian.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada kita. Shalawat serta salam dihaturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun ke jalan menuju keberhasilan dalam setiap proses mengerjakan skripsi hingga akhir.

Atas nikmat dari Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Gaya Bahasa Dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan dalam *QnA #BincangAkhlak* di Media Instagram @je.k__dengan lancar. Pada penelitian tersebut peneliti mengulik data berkaitan dengan gaya bahasa yang dilakukan pada akun instagram @je.k__ yang di relevankan pada teori gaya komunikasi dari Kreitner dan Kinicki sehingga mampu menghasilkan dua jenis gaya komunikasi yang digunakan yakni, gaya komunikasi *assertive* dan *aggressive*. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberi, manfaat kepada khalayak umum dan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selain itu, penulis sadar bahwa pembuatan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Sam'ani, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Kholid Noviyanto, MA, Hum. selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas bimbingan, waktu, dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini.
5. Ibu Mukoyimah, M.Sos. selaku Wali Dosen.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah meluangkan waktu untuk

membagikan ilmunya.

7. Seluruh staff, karyawan, dan administrasi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah membantu penulis demi kelancaran skripsi ini.
8. Orang tua, keluarga, dan teman-teman yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu mohon maaf atas kekurangan yang ada. Demikian pengantar yang dapat penulis sampaikan. Semoga Kita selalu diberi keberkahan, kekuatan, dan keikhlasan oleh Allah SWT.

Amin Ya Rabbal Alamin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekalongan, 29 Desember 2023

Penulis,

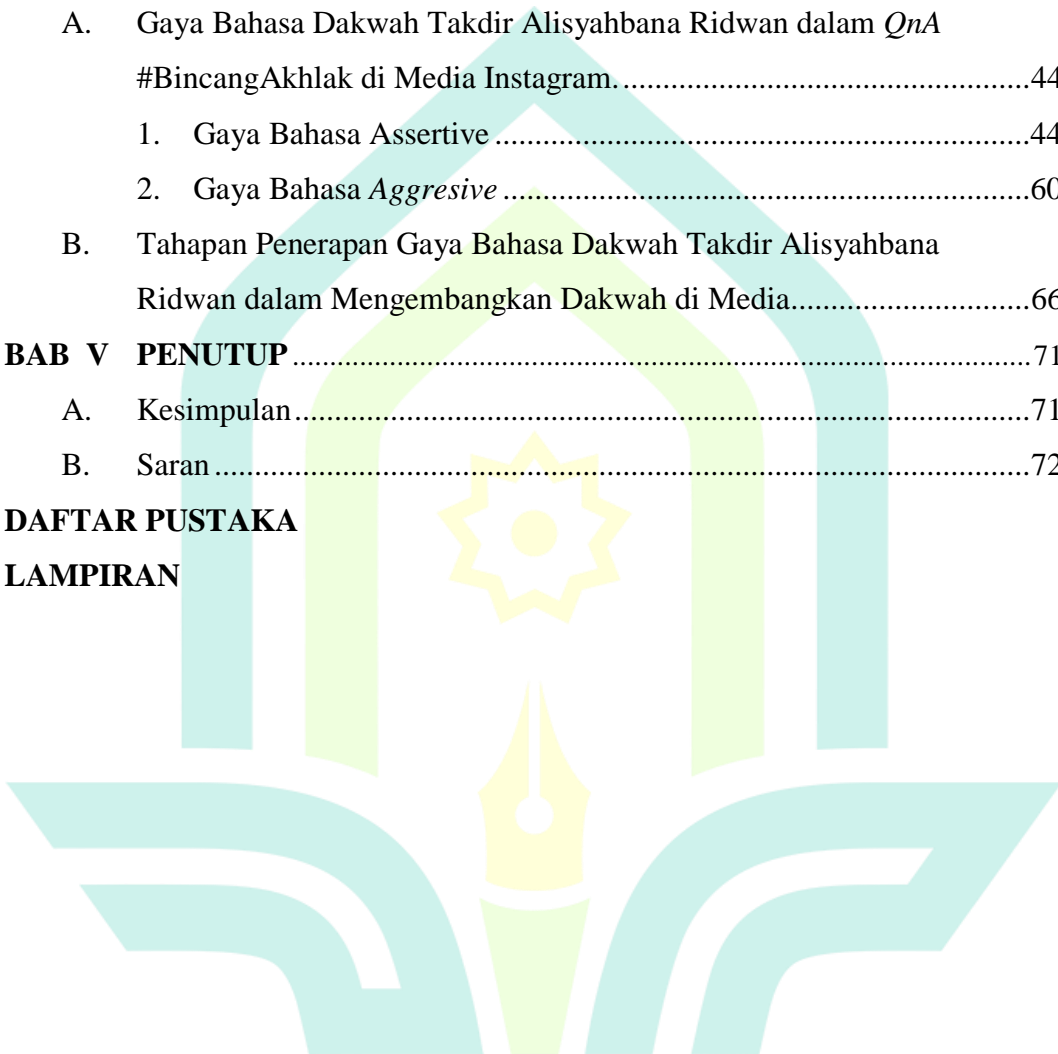


Ridlo Indra Pradana
NIM. 3420101

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Penelitian Relevan	7
F. Kerangka Berfikir	12
G. Metodologi Penelitian.....	14
H. Sitematika Pembahasan	22
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Teori Gaya Bahasa Kreitner & Kinicki	24
B. Dakwah.....	26
C. Media Sosial	31
BAB III BIOGRAFI & GAYA BAHASA DAKWAH TAKDIR ALISYAHBANA RIDWAN DALAM QNA #BINCANGAKHLAK DI MEDIA INSTAGRAM @JE.K_	35

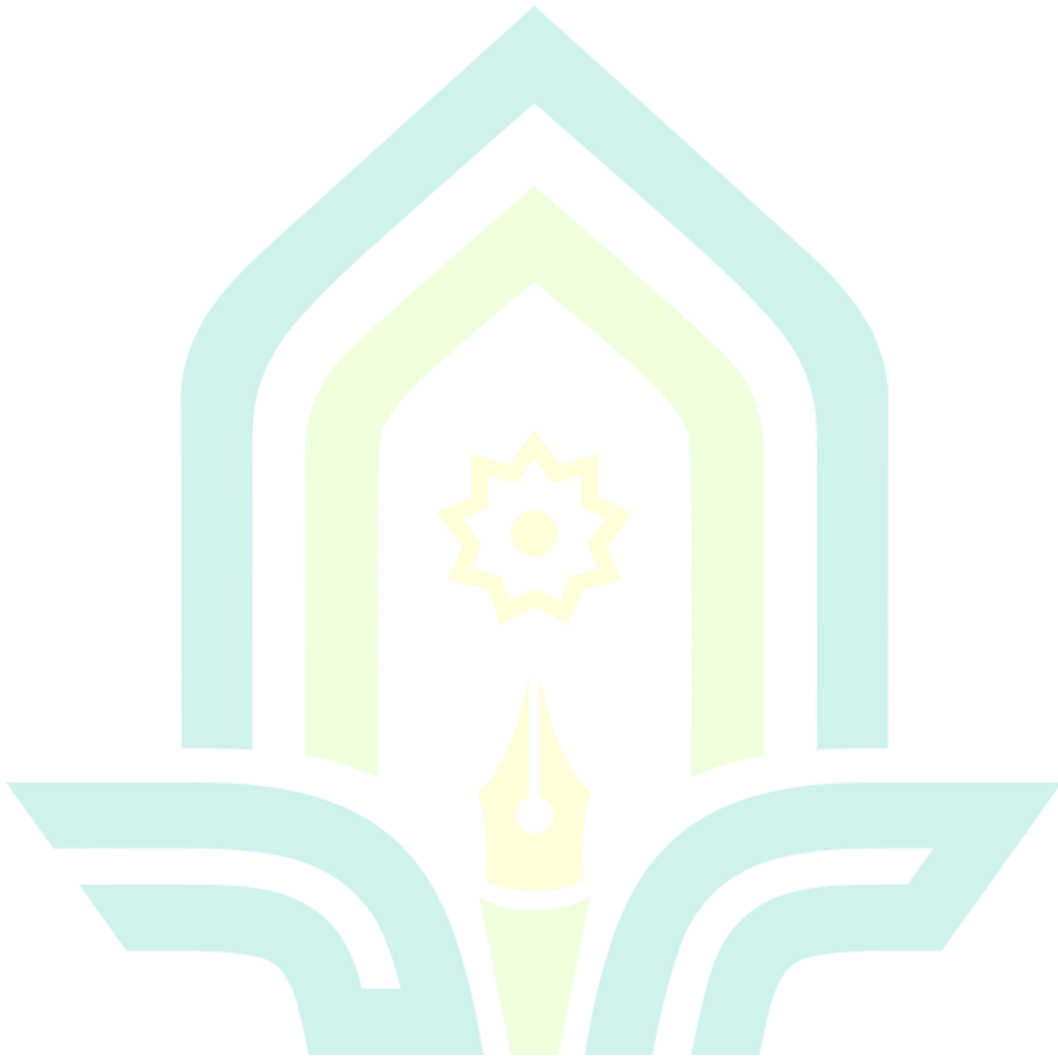
A.	Biografi Takdir Alisyahbana Ridwan.....	35
B.	Gaya Bahasa Dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan dalam <i>QnA</i> #BincangAkhlaq di media Instagram @je.k_.....	37
BAB IV	ANALISIS GAYA BAHASA TAKDIR ALISYAHBANA RIDWAN DALAM QNA #BINCANGAKHLAK DI MEDIA INSTAGRAM.....	44
A.	Gaya Bahasa Dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan dalam <i>QnA</i> #BincangAkhlaq di Media Instagram.....	44
1.	Gaya Bahasa Assertive	44
2.	Gaya Bahasa <i>Aggresive</i>	60
B.	Tahapan Penerapan Gaya Bahasa Dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan dalam Mengembangkan Dakwah di Media.....	66
BAB V	PENUTUP.....	71
A.	Kesimpulan.....	71
B.	Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Gaya Bahasa *Assertive* Ustadz Jek dalam *QnA* #BincangAkhlak38

Tabel 3.2 Gaya Bahasa *Aggressive* Ustadz Jek dalam *QnA* #BincangAkhlak42



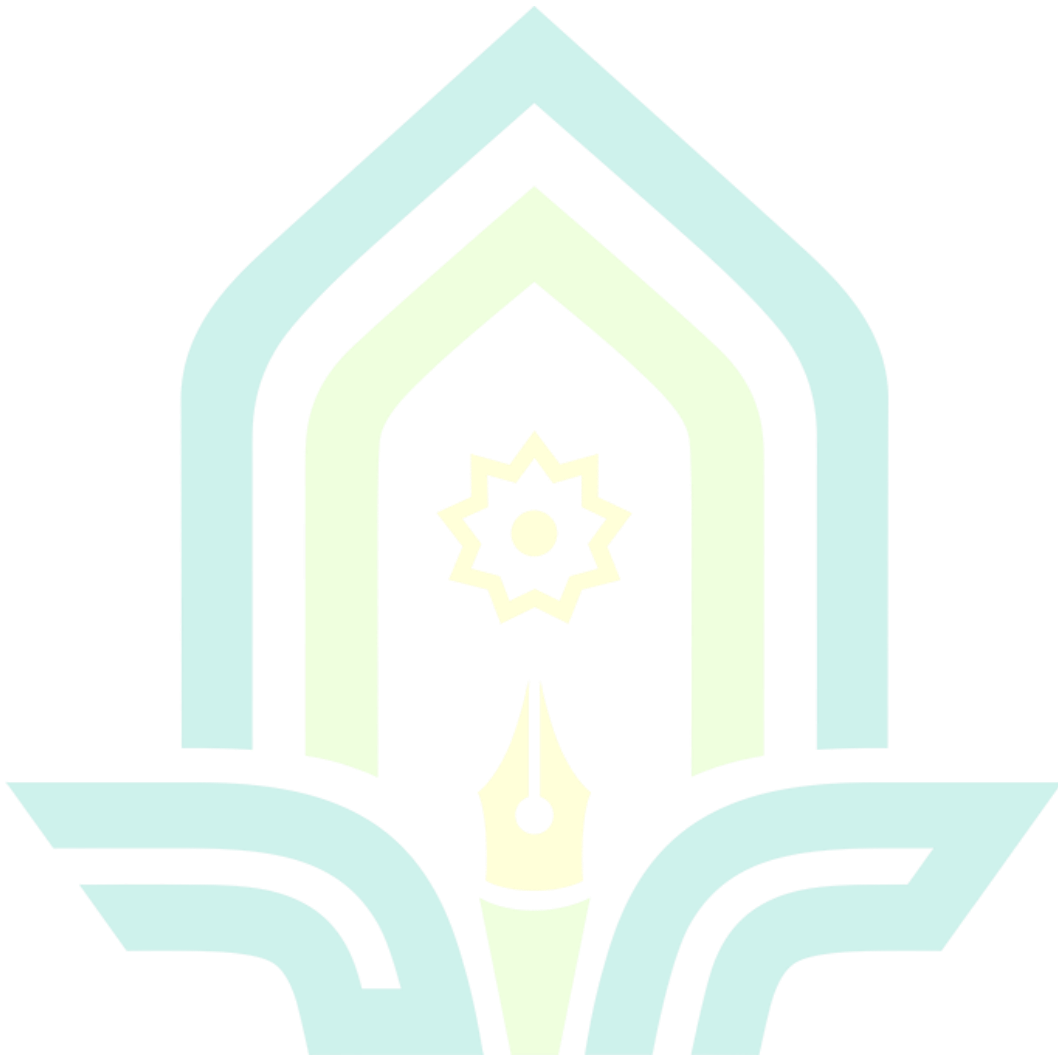
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bagan Kerangka Berfikir Penelitian.....	14
Gambar 4.1	Konten QnA #BincangAkhlak 1	45
Gambar 4.2	Konten QnA #BincangAkhlak 2	45
Gambar 4.3	Konten QnA #BincangAkhlak 3	46
Gambar 4.4	Konten QnA #BincangAkhlak 4	47
Gambar 4.5	Konten QnA #BincangAkhlak 5	47
Gambar 4.6	Konten QnA #BincangAkhlak 6	48
Gambar 4.7	Konten QnA #BincangAkhlak 7	49
Gambar 4.8	Konten QnA #BincangAkhlak 8	49
Gambar 4.9	Konten QnA #BincangAkhlak 9	50
Gambar 4.10	Konten QnA #BincangAkhlak 10	50
Gambar 4.11	Konten QnA #BincangAkhlak 11	51
Gambar 4.12	Konten QnA #BincangAkhlak 12	51
Gambar 4.13	Konten QnA #BincangAkhlak 13	52
Gambar 4.14	Konten QnA #BincangAkhlak 14	53
Gambar 4.15	Konten QnA #BincangAkhlak 15	53
Gambar 4.16	Konten QnA #BincangAkhlak 16	54
Gambar 4.17	Konten QnA #BincangAkhlak 17	55
Gambar 4.18	Konten QnA #BincangAkhlak 18	55
Gambar 4.19	Konten QnA #BincangAkhlak 19	60
Gambar 4.20	Konten QnA #BincangAkhlak 20	61
Gambar 4.21	Konten QnA #BincangAkhlak 21	61
Gambar 4.22	Konten QnA #BincangAkhlak 22	62
Gambar 4.23	Konten QnA #BincangAkhlak 23	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah konvensional di era sekarang ini sudah kurang diminati oleh anak muda, seorang dai'I harus bisa memutar otak untuk bisa memikat hati para anak muda dengan menggunakan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah proses dakwah. Dakwah konvensional merupakan kajian dakwah yang diadakan secara tatap muka langsung dengan para dai'I, biasanya diadakan ketika terdapat acara-acara dan hari khusus saja, seperti maulid nabi, isra mi'raj, hajatan dan khutbah jum'at. Dakwah konvensional yang dilakukan pastinya memakan waktu dan tenaga, karena harus datang secara langsung ke tempat kajian diadakan. Kemudian datang media televisi yang menggunakan sinyal analog untuk mencari siaran tertentu di dalamnya, dakwah menggunakan media televisi cukup efektif dilakukan, namun keterbatasan waktu membuat siaran televisi tersebut tidak bisa di ulang ketika kita terlewat tidak menonton atau hanya menonton dari pertengahan acara saja, pastinya hal ini akan membingungkan mengenai materi kajian yang disampaikan. Dengan adanya media sosial, aktivitas dakwah semakin mudah dilakukan, sesuai dengan yang kita inginkan.¹

¹ Adi Wibowo, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *Jurnal Islam Nusantara*. Vol. 03 No. 02, p. 339-356 (2019), hlm. 341-342.

Indonesia masuk dalam jajaran pemakai jaringan internet tertinggi di dunia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis laporan "Profil Internet Indonesia 2023", APJII mengungkapkan tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai 79,19% dari semua Indonesia yang berjumlah 275,7 juta jiwa, hal ini dikarenakan seiring bertambahnya kebutuhan masyarakat dalam penggunaan internet.² Dengan banyaknya pengguna internet maka media sosial menjadi media yang tepat untuk melakukan penyebaran dakwah. Instagram menjadi media yang diperhitungkan dalam konten kajian dakwah, konten-konten dakwah yang disajikan bisa beragam, seperti teks, audio bahkan video, hal ini mempermudah dalam penyampaian dakwah oleh da'i.

Peran penting pengguna sosial media dalam menyampaikan pesan dakwah dapat membuat media sosial kaya akan nilai-nilai kebaikan di setiap kontennya bukan hanya menyuguhkan hal yang menghibur saja. Dengan mudahnya akses teknologi ini diharapkan semua lapisan masyarakat ikut andil dalam menyampaikan kajian-kajian dakwah di *platform* media mereka masing-masing. Dakwah menggunakan media sosial ini tentunya tidak menutup kemungkinan adanya dampak *negative* di dalamnya, penyebaran berita hoax dan konten senonoh yang tidak mendidik menjadi hal yang lumrah di sosial media. Penyebaran berita hoax ini menjadi sangat cepat dan tepat karena banyak sekali para

² Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Diakses pada tanggal 22 Mei 2023.

penikmat konten-konten dakwah yang langsung menangkap isi konten dakwah dalam satu sisi saja, tanpa melakukan perbandingan dari Al-Qur'an, hadist dan para da'I yang lain. Maka sebagai pelaku media sosial sudah seharusnya kita lebih bijak dalam bermedia. Konten tak pantas yang dibuat oleh para pelaku media sosial yang berisi konten-konten dewasa yang seharusnya tidak dibagikan di media sosial dengan jangkauan tak terbatas dan banyak juga diakses oleh para anak-anak. Dengan dampak *negative* seperti ini sebagai pengguna media sosial diharapkan belajar mengenai literasi digital agar dapat memilah dan memilih konten yang beredar di media sosial.³

Ada banyak gaya bahasa yang dilakukan da'i dalam berdakwah, hal ini didasari oleh karakteristik dari para da'I itu sendiri. Gus Miftah yang melakukan dakwah dengan menggunakan bahasa yang santai dan *guyon* tetapi pesan dakwah yang disampaikan tetap dapat sampai kepada mad'u. Ustadz Hanan Attaki yang melakukan kajian dakwah dengan menggunakan *platform* media sosial Instagram dengan menggunakan fitur video pendek, Ustad Jek menyampaikan pesan dakwah yang mengangkat tema permasalahan para anak muda, seperti cinta, sholat, istiqomah dan hijrah dengan bahasa yang santai dan terkesan tidak menggurui. Video yang berdurasi tidak lebih dari satu menit itu membuat para mad'u tidak cepat bosan ketika sedang menonton kajian dakwahnya, walaupun hanya

³ Syintia Nurfitriana dan Arzam, "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media Di Era Modern", *Edisi Januari – Juni 2022 Vol. 46 No. 1*, hlm. 86-87.

berdurasi kurang dari satu menit namun pesan dakwahnya tetap tersampaikan dengan jelas.⁴

Dakwah yang terus berkembang membuat da'i harus terus berinovasi, dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu da'i atau masyarakat untuk terus berkreasi melalui media sosial dalam menyebarkan kajian dakwah yang efisien, menarik dan dapat diterima dengan baik oleh mad'u. Gaya penyampaian yang menarik saja tidak akan membuat para mad'u tertarik untuk terus mengikuti kajian dakwah yang dilakukan jika tidak dibarengi dengan penyampaian pesan dakwah yang jelas.

Penelitian ini memiliki peran penting dalam mengembangkan dakwah di media khususnya media sosial instagram. Gaya bahasa yang disampaikan da'i memiliki peran penting agar pesan dapat tersampaikan kepada mad'u dengan jelas. Gaya bahasa yang dilakukan tidak harus mengikuti gaya pendakwah yang lain, seorang da'i harus bisa mengetahui gaya penyampaian dakwah yang cocok dengannya serta harus menentukan target mad'u agar kajian dakwah yang di sampaikan dapat tepat sasaran dan penyampaian dakwah yang dilakukan akan lebih efektif.

Takdir Ali Syahbana Ridwan atau biasa dikenal dengan Ustadz Jek adalah seorang pendakwah yang mengawali kajiannya di media sosial twitter. Selain menjadi pendakwah Ustad Jek juga memiliki 2 karya buku dengan judul #BincangAkhlak dan #SobatSakit yang menjadi *best seller* di

⁴ Rohmatun Umi Muslimah, " Strategi Dakwah Gus Miftah Dalam Meningkatkan Kesadaran Pekerja Seks Komersial Untuk Bertaubat Di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga, 2021, hlm. 4.

toko buku ternama. Ustadz Jek menyampaikan kajian dakwahnya dengan cara yang tidak biasa, yakni menggunakan *QnA* melalui media sosial Instagram seputar permasalahan dalam agama Islam dengan tagar #BincangAkhlak di *instastory*nya. Tagar #BincangAkhlak awalnya Ustad Jek populerkan di media sosial twitter pada tanggal 9 Mei 2019, tweet ini mendapat respon yang *positif* dari para pengikutnya dan menjadi konten yang menduduki trending twitter setiap kemunculannya. Tidak seperti kajian dakwah pada umumnya, penyampaian dakwah melalui *QnA* sangat efektif dilakukan karena langsung menyampaikan inti dari permasalahan yang ditanyakan, sehingga mad'u lebih cepat untuk memahami pesan yang disampaikan. Gaya bahasa dakwah ini mendapatkan *feedback* yang baik dari *followers* nya hal ini dilihat dari banyaknya *QnA* #BincangAkhlak yang sudah Ustad Jek jawab dan sematkan di *highlight* profilnya.

Ustadz Jek pertama kali memulai tagar #BincangAkhlak di media sosial Instagram pada awal tahun 2020. Pertanyaan dalam *QnA* ini sangat beraneka ragam mulai dari pertanyaan yang serius seperti mengenai islam, akidah, akhlak dan sejarah, adapula pertanyaan *nyeleneh* yang dipadukan dengan agama dan realitas nyata. Cara Ustad Jek menjawab pertanyaan *QnA* sangat berbeda dengan para da'i lainnya yang menggunakan kata-kata halus dan sopan, Ustad Jek lebih memilih menjawab dengan kata-kata yang menyakitkan dan kasar bagi para penannya. Dengan gaya bahasa yang kasar seharusnya mendapat respon yang *negatif* bagi para penanya, namun faktanya akun dengan username @je.k__ ini mengalami

perkembangan yang sangat cepat, pada bulan Desember 2022 akun @je.k__ hanya memiliki 55 ribu *followers* dan kini naik secara signifikan menjadi 161 ribu *followers* dalam kurun waktu 6 bulan saja. Keefektifan gaya bahasa dakwah Ustad Jek dapat dilihat dari 18 *highlight* dengan rata-rata 60 pertanyaan dari para *followers* yang sudah Ustad Jek jawab. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti lebih mendalam mengenai gaya bahasa dakwah Ustadz Jek ini, sehingga peneliti mengambil judul “**Gaya Bahasa Dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan Dalam QnA #BincangAkhlak di Media Instagram @je.k__**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana gaya bahasa dakwah yang dilakukan Takdir Alisyahbana Ridwan dalam *QnA #BincangAkhlak* di media Instagram @je.k__?
2. Bagaimana tahapan penerapan gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan melalui *QnA #BincangAkhlak* di akun Instagram @je.k__ dalam mengembangkan dakwah di media?.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana gaya bahasa dakwah yang dilakukan Takdir Alisyahbana Ridwan melalui *QnA #BincangAkhlak* di akun Instagram @je.k__.
2. Mengetahui bagaimana tahapan penerapan gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana *QnA #BincangAkhlak* di akun Instagram @je.k__ dalam mengembangkan dakwah di media.

D. Kegunaan Penelitian

1. Dalam bidang teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan seputar dakwah, terlebih lagi bagi mahasiswa UIN yang sangat erat dengan nilai-nilai dakwah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembanding dalam kajian-kajian dakwah yang akan dilaksanakan secara langsung.
2. Dalam bidang praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan agar para da'I dan khalayak umum termotivasi untuk mengkreasikan gaya bahasa dakwah melalui media sosial.
 - b. Penelitian ini diharapkan para pembaca diharapkan dapat lebih menangkap makna dakwah yang terkandung didalam media massa, dan sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

E. Penelitian Relevan

Sebelum melakukan penelitian ini, peneliti sudah meriset mengenai skripsi dan jurnal yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilakukan untuk membandingkan dengan penelitian terdahulu.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Fazarrina Zanuba Arrifah pada tahun 2022 dengan judul “Gaya Bahasa Dakwah Habib Husein Ja’far dalam Video Youtube “Palestina & Israel Bukan Konflik Agama”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pilihan kata yang digunakan

Habib Husein Ja'far dalam video "Palestina & Israel bukan Konflik Agama", untuk mengetahui bagaimana nada suara yang digunakan Habib Husein Ja'far dalam video "Palestina & Israel bukan Konflik Agama?", serta untuk mengetahui bagaimana struktur kalimat yang digunakan Habib Husein Ja'far dalam video "Palestina & Israel bukan Konflik Agama". Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini memakai teori analisis model Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini yaitu: (1) Gaya bahasa dakwah Habib Husein Ja'far berdasarkan pilihan kata, Habib Husein Ja'far menggunakan hampir semua pilihan kata. Mulai dari gaya bahasa resmi, tidak resmi dan percakapan tetapi yang paling dominan Habib Husein Ja'far menggunakan gaya bahasa tak resmi dan percakapan (2) Gaya bahasa berdasarkan nada suara menggunakan bahasa mulia dan bertenaga (3) gaya bahasa berdasarkan struktur kalimat Habib Husein Ja'far banyak menggunakan gaya bahasa klimaks, antiklimaks dan antitesis.. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dianalisis terletak pada subjek penelitiannya, Sedangkan persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya membahas mengenai gaya bahasa dakwah melalui media sosial.⁵

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Ulya Dinillah pada tahun 2021 dengan judul "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam dan @harakahislamiyah)".

⁵ Fazarrina Zanuba Arrifah, "Gaya Bahasa Dakwah Habib Husein Ja'far dalam Video Youtube "Palestina & Israel Bukan Konflik Agama", *Skripsi*, IAIN Ponorogo, 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan komunikasi persuasif dan teori pesan dakwah yang meliputi aspek akidah, syariah dan akhlak. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif dari Bostrom. Hipotesis penelitian ini adalah studi kasus dan penelitian kualitatif deskriptif akan memberikan jawaban atas permasalahan yang diajukan. Data dikumpulkan melalui metode observasi, wawancara mendalam, dan catatan tertulis. Penelitian ini menemukan bahwa akun Instagram @tentangislam menggunakan bahasa persuasif emosional dalam postingannya, sedangkan akun Instagram @harakahislamiyah cenderung menggunakan bahasa persuasif rasional. Berdasarkan dua hal tersebut, kajian dakwah cenderung lebih fokus pada materi yang berbasis syariah daripada akidah dan akhlak dalam postingannya.⁶ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dianalisis terletak pada subjek penelitiannya. Sedangkan persamaannya keduanya membahas mengenai konten dakwah melalui media sosial.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Muhd Al Haddad Winata pada tahun 2020 dengan judul "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV)". Penelitian bertujuan mengetahui gaya komunikasi penyampaian dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki di media Instagram. Metodologi penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori

⁶ Ulya Dinillah dan Aka Kurnia, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Isi Pada Akun @tentangislam Dan @harakahislamiyah)," *Journal of Communication Science 1* (2019), hlm. 54–67.

gaya komunikasi Kreitner dan Kinicki, ada tiga gaya komunikasi: *aggressive*, *assertive* dan *passive*. Studi ini menemukan bahwa Ustadz Hanan Attaki menggunakan dua gaya komunikasi untuk menyampaikan dakwahnya, yaitu gaya komunikasi dan gaya komunikasi *assertive* (penyampaian kajian dakwah terdapat humor dan sedikit pernyataan yang selalu ada pengharapan didalamnya), *passive* (penyampaian ini terlihat ragu-ragu dan lemah lembut dalam penyampaian kajian dakwahnya). Dengan gaya komunikasi tersebut para mad'u dapat mencerna penjelasan dengan mudah yang kemudian dapat di implementasikan dalam kehidupannya sehari-hari.⁷ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dianalisis terletak pada subjek penelitiannya. Sedangkan persamaannya keduanya membahas mengenai gaya bahasa dakwah melalui media sosial.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Dian Mresta dan Achmad Al farisi pada tahun 2024 dengan judul "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Yahya Zainul Maarif di Kanal Youtube Al-Bahjah TV". Penelitian ini mengeksplorasi secara mendalam terkait implementasi gaya komunikasi ustaz Yahya Zainul Maarif pada kedua ceramahnya di kanal YouTube Al-Bahjah TV yang berjudul "Kenapa Mudah Tersinggung dan Mudah Marah?". Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teori yang diterapkan adalah gagasan gaya komunikasi yang terbagi

⁷ Muhd Al Haddad Winata, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)", *Skripsi*, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2020.

menjadi 3 jenis, yaitu gaya *assertive*, *passive* dan *aggressive*. Berdasarkan hasil observasi, menunjukkan bahwa Ustaz Yahya Zainul Maarif menggunakan gaya komunikasi dakwah *assertive*.⁸ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dianalisis terletak pada subjek penelitiannya, Sedangkan persamaannya terletak pada teori yang digunakan dan dakwah melalui media sosial.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Aan Mohamad Burhanudin, dkk pada tahun 2016 dengan judul “Dakwah Melalui media sosial (Studi tentang media Instagram @cherbonfeminist sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender)”. Penelitian ini bertujuan mengetahui kajian dakwah yang disampaikan di akun Instagram @Cherbonfeminist terkait kesetaraan gender, konten yang dibagikan di sana, dan tanggapan mad'u terhadap konten dakwah kesetaraan gender. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa menurut Severin dan Tankard, Jr. Penelitian ini melibatkan eksplorasi subyektif dengan penyelidikan kontekstual sebagai strategi pemeriksaan yang seharusnya menjawab permasalahan yang diangkat. Data dikumpulkan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data primer dan sekunder menjadi dasar data penelitian ini. Penelitian ini memakai metode analisis reduksi data. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa dengan adanya kajian dakwah pada akun Instagram

⁸ Dian Maresta dan Achmad Al Farisi, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif di Kanal Youtube Al-Bahjah Tv", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Volume 2 Nomor 1, 2024.

@cherbonfeminist dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kesetaraan gender dilingkungan sekitar.⁹ Perbedaan penelitian ini dengan pemeriksaan yang akan dianalisis terletak pada subjek penelitiannya. Sedangkan persamaannya terletak pada penyampaian dakwah melalui media sosial.

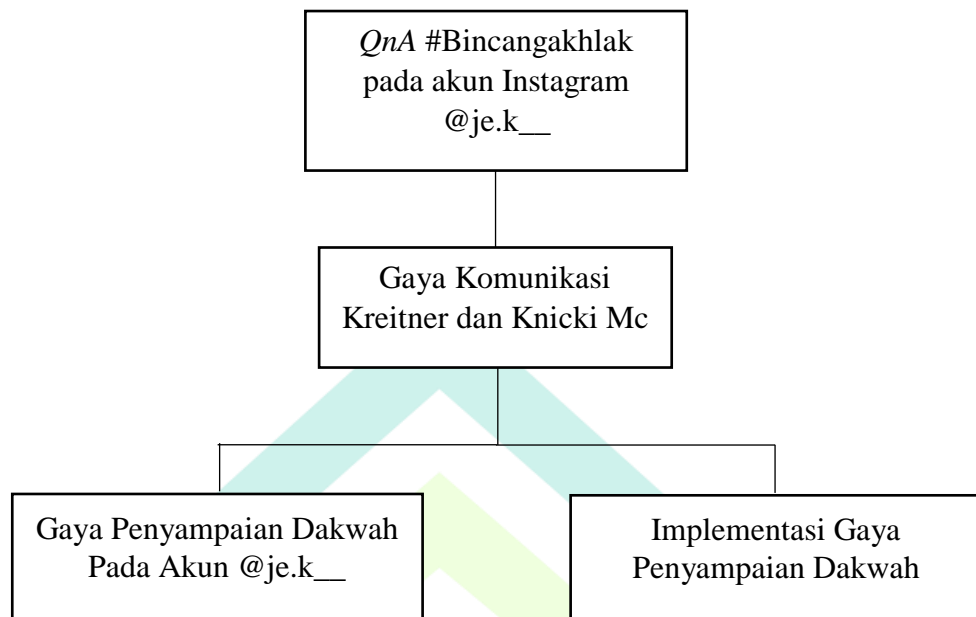
F. Kerangka Berfikir

Dakwah terus berkembang seiring dengan majunya teknologi yang terus membantu segala aktivitas manusia. Perkembangan teknologi ini tentunya menjadi pembaharuan dalam meningkatkan keefektifitasan dan keoptimalan kegiatan dakwah. Dakwah melalui media sosial kini sukses menarik para mad'u dari berbagai kalangan remaja hingga lansia hal ini di karenakan kajian dakwah yang disampaikan dapat dilihat kapan saja dan dimana saja. Penyampaian dakwah yang dilakukan para da'I harus disesuaikan dengan perkembangan teknologi saat ini agar dapat menarik perhatian para mad'u yang memiliki karakteristik beraneka ragam. Penyampaian dakwah yang efektif bukan hanya penyampaian dakwah yang menampilkan visual dari seorang da'i. Penyampaian kajian-kajian dakwah yang berupa teks kini banyak beredar di sosial media, metode penyampaian dakwah yang hanya menampilkan kata-kata sangat menarik dan efektif karena langsung menyampaikan inti dari

⁹ Aan Mohamad Burhanudin, Yayah Nurhidayah, dan Ulfa Chaerunisa, "DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL (Studi Tentang Pemanfaatan Media Instagram @ Cherbonfeminist Sebagai Media Dakwah Mengenai Kesetaraan Gender), Jurnal Dakwah Dan Komunikasi 10, no. 2 (2019), hlm. 236-46.

permasalahan yang diangkat, hal ini patut diperhitungkan oleh seorang da'I dalam melakukan proses kajian dakwah di era digital saat ini agar tidak adanya penyampaian dakwah yang menyebabkan multi tafsir oleh mad'u.

Ustad Jek menyampaikan kajian dakwahnya di media Instagram dengan menggunakan *QnA* dengan tagar #BincangAkhlak dengan target para anak muda. Akun dengan username @je.k__ ini mengalami perkembangan yang sangat cepat, pada bulan Desember 2022 akun @je.k__ hanya memiliki 55 ribu *followers* dan kini naik secara signifikan menjadi 161 ribu *followers* dalam kurun 6 bulan saja. Akun yang memiliki 161 ribu *followers* ini mendapatkan *feedback* yang baik dari *followers* nya hal ini dilihat dari banyaknya *QnA* #BincangAkhlak yang sudah Ustad Jek jawab dan sematkan di profilnya yang memiliki 18 *highlight* dengan rata-rata 60 pertanyaan dari para *followers* yang sudah Ustad Jek jawab. Pertanyaan dalam *QnA* ini sangat beraneka ragam mulai dari pertanyaan yang serius seperti mengenai islam, akidah, akhlak dan sejarah, adapula pertanyaan *nyeleneh* yang dipadukan dengan agama dan realitas nyata.



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Berfikir Penelitian

G. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma yang dipakai untuk mengetahui gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan melalui media Instagram @je.k__ adalah paradigma interpretatif. Paradigma interpretatif merupakan sebuah pendekatan mengenai fenomena realitas sosial yang didasarkan menurut pandangan dan pengalaman dari partisipan yang akan diteliti. Fakta dilihat oleh interpretatif sebagai sesuatu yang luar biasa dan memiliki makna khusus sebagai komponen kunci dalam memahami realitas sosial. Paradigma interpretatif menyatakan adanya ketidakjelasan yang besar dalam lingkungan sosial. Perilaku memiliki

pemaknaan yang berbeda dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai sudut pandang.¹⁰

Paradigma ini beranggapan bahwa ilmu tidak didasarkan pada hukum dan aturan, melainkan dengan realitas yang ada dan dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Paradigma interpretative digunakan untuk mengetahui gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan di media Instagram @je.k__.

2. Pendekatan, Metode dan Jenis Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif membangun pengetahuan dengan menggunakan fenomenologi dan paradigma konstruktivisme. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis sebuah fenomena realitas sosial dengan menggunakan sudut pandang dan pengalaman partisipan tanpa campur tangan dari peneliti. Pengambilan data pada pendekatan kualitatif ini didapatkan dengan cara observasi untuk mendapatkan data yang kredibel berupa konten *QnA* yang dilakukan di akun Instagram @je.k__.

Analisis isi digunakan sebagai metode penelitian ini. Analisis isi merupakan salah satu metode terpenting dalam ilmu komunikasi. Analisis isi merupakan teknik penelitian untuk mendapatkan gambaran objektif tentang isi pesan komunikasi massa. Metode ini mempelajari mengenai isi dari sebuah media baik cetak maupun

¹⁰ Muslim, "Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi", *Wahana*, Vol. 1, No. 10, Ganjil, Tahun Akademik 2015/2016, hlm. 78.

online. Peneliti dapat mempelajari deskripsi konten, karakteristik dan pesan, menggunakan analisis isi. Salah satu aspek terpenting dari analisis isi adalah bahwa analisis isi dilakukan dengan menggunakan peran manusia, tetapi subjektivitas harus dibatasi agar hasilnya mencerminkan isi dari sebuah teks.¹¹

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif menuntut peneliti untuk mengamati dan menganalisis secara mendalam mengenai permasalahan yang akan diteliti. Tujuan dari penelitian deskriptif merupakan membuat suatu gambaran gambaran atau lukisan yang terstruktur, sesuai dan tepat mengenai fakta, sifat serta hubungan dengan fenomena yang terjadi¹², dengan melakukan pengamatan secara langsung dan menganalisis data mentahnya untuk dijadikan acuan dalam penelitian. Dengan menggunakan analisis deskriptif penelitian ini akan mengkaji mengenai gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan dalam *QnA #BincangAkhlak* di media Instagram @je.k__.

3. Lokasi Penelitian

- a. Observasi: di akun Instagram @je.k__
- b. Wawancara: Melakukan wawancara pengelola akun instagram @je.k__.

¹¹ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 10-11.

¹² Dudung Abdul Rohman, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial", (Bandung: *Jurnal Diklat Keagamaan*, ISSN 2085-4005, Volume XIII No. 2, 2019), hlm. 121-132.

4. Subjek Penelitian

Subjek yang diteliti adalah pengelola akun instagram @je.k__, sedangkan objek penelitian ini adalah gaya bahasa dakwah yang dilakukan oleh Takdir Alisyahbana melalui akun Instagram @je.k__.

5. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pendekatan penelitian kualitatif, kualitas, kredibilitas, dan kekayaan informasi partisipan berfungsi sebagai dasar sampel daripada jumlah partisipan. Jika informasi yang disampaikan tidak termasuk informasi yang diantisipasi, maka jumlah sampel yang banyak tidak akan berpengaruh. Jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan harus dijadikan dasar pengambilan sampel. Sampel juga harus sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Syarat utama adalah kredibilitas dan sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Penelitian ini mengambil 23 sampel *QnA* yang digunakan untuk menjadi acuan analisis peneliti, sampel yang diambil adalah konten *QnA* berkaitan erat dengan permasalahan anak muda dalam bidang agama.

Sampling purposive digunakan sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian ini. *Sampling purposive* merupakan metode pengambilan sampel dengan melakukan perhitungan yang matang.¹³

Pada penelitian ini sampel yang diambil mengenai *QnA* #BincangAkhlak di Instagram @je.k__ dari bulan Desember 2022

¹³ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Patta Rapanna, I (CV. Syakir Media Press, 2021), hlm. 137-138.

sampai bulan Desember 2023 yang berkaitan dengan permasalahan anak muda dalam bidang agama.

6. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Permasalahan yang diamati diteliti dengan menggunakan data-data tersebut, yang kemudian diolah untuk menghasilkan temuan penelitian.

1. Data primer

Data yang berasal dari sumber utama tanpa perantara orang lain. Data ini dapat diambil melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik akun Instagram @je.k__.

2. Data sekunder

Data yang tidak diambil secara langsung oleh peneliti di lapangan. Sumber data ini dapat diperoleh dari dokumentasi, seperti buku-buku, jurnal, ataupun literature dan referensi yang relevan terhadap penelitian.¹⁴

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara untuk mengambil atau mencari sebuah data di lapangan yang akan digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai penelitian yang sedang dilakukan. Kemudian data yang sudah dikumpulkan diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ada. meliputi:

¹⁴ Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2016), hlm. 225.

a. Observasi Sistematis

Observasi sistematis merupakan pengamatan faktor yang sudah diklasifikasikan kemudian diamati secara langsung tanpa melanggar aturan yang ditetapkan,¹⁵ dimana dalam penelitian ini peneliti menganalisis gaya bahasa dakwah pada akun Instagram @je.k__ dan bagaimana tahapan penerapan gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana melalui *QnA* #BincangAkhlak dalam mengembangkan dakwah di media. Observasi yang dilakukan dibatasi 1 tahun terakhir konten *QnA* #BincangAkhlak yang berhubungan dengan permasalahan anak muda dalam bidang agama.

b. Wawancara

Setelah melakukan observasi langkah selanjutnya adalah wawancara kepada narasumber yang sudah dipilih hal ini digunakan untuk mencari dan memperdalam informasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah pengelola akun instagram @je.k__ yakni Takdir Alisyahbana Ridwan.

c. Dokumentasi

Pengumpulan data yang berupa teks, gambar, suara dan video. Dimana dalam penelitian ini didapat dari mengambil gambar di postingan akun instagram @je.k__.

¹⁵ Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm.72.

d. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dengan cara mencari penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan objek yang sedang dikaji. Dimana dalam penelitian ini peneliti membaca jurnal, skripsi dan buku yang relevan dengan penelitian.¹⁶

8. Teknik Keabsahan Data

Data yang sudah didapatkan kemudian di susun secara sistematis yang kemudian akan dilakukan proses keabsahan data yang berguna untuk memvalidkan data yang sudah didapatkan. Ada beberapa macam teknik yang bisa dipakai dalam penelitian kualitatif, teknik keabsahan data yang dipakai pada penelitian ini adalah Triangulasi. Triangulasi data yaitu menggunakan berbagai macam dan informasi untuk memvalidkan sebuah data. Hal ini dilakukan dengan membandingkan dari pendapat para narasumber yang satu dengan yang lain yang berhubungan dengan gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana dalam akun Instagram @je.k__.¹⁷

9. Metode Analisis Data

Analisis data adalah tahapan pengklasifikasian data ke dalam deskripsi, kategori, dan pola. Analisis data kualitatif digunakan sebagai metode analisis, teknik ini menganalisis objek yang berupa

¹⁶ Isnawati, "Aktivitas Dakwah Felix Y.Siaw Pada Media Sosial Twitter", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018, hlm. 39.

¹⁷ R. Raco. *Metode Penelitian Kualitatif* (A. L (ed.), (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), hlm. 134.

kalimat, kata-kata dan gambar yang didapat dari dokumentasi, data tersebut disusun secara sistematis dalam bentuk narasi untuk mempermudah proses analisis data.

Tujuan dilakukan analisis data yaitu untuk menemukan sebuah makna atau arti. Dalam penelitian kualitatif, analisis data tidak bisa dipisahkan dengan pengumpulan data dan seterusnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwasanya analisis dan pengumpulan data akan dilakukan secara berulang-ulang agar bisa memecahkan masalah. Dari hasil penelitian yang sudah ada kemudian dianalisis secara dekriptif menggunakan metode analisis isi.

Salah satu teknik terpenting dalam ilmu komunikasi adalah analisis isi. Analisis isi merupakan teknik penelitian untuk mendapatkan gambaran objektif tentang isi pesan komunikasi massa. Metode ini mempelajari mengenai isi dari sebuah media baik cetak maupun *online*. Peneliti dapat memeriksa deskripsi isi, karakteristik, pesan, dan perkembangan menggunakan analisis isi. Salah satu aspek yang paling penting dari analisis isi adalah bahwa analisis isi melibatkan manusia namun harus dibatasi subjektivitasnya agar temuannya dapat mewakili isi teks secara akurat.

Agar analisis isi menjadi bermakna, analisis isi dilakukan secara metodis, dan setiap tahapan proses penelitian telah ditetapkan dengan jelas. Semua kategori diperiksa dengan menggunakan kategori yang sama, yang memiliki definisi khusus untuk setiap kategori yang

digunakan. Deskripsi analisis juga dapat mencakup kualitatif, kuantitatif, atau kedua jenis penelitian. Ada tiga cara analisis isi dapat dipakai. Pertama, metodologi kajian utama adalah analisis isi. Kedua, analisis isi dipakai sebagai teknik penelitian. Ketiga, analisis isi dipakai sebagai alat korelasi untuk menilai apakah hasil dari berbagai metodologi lain benar-benar tercapai.¹⁸

H. Sitematika Pembahasan

1. Pendahuluan

Bab I berfokus pada latar belakang serta gambaran umum mengenai penelitian yang diangkat. Adapun isinya meliputi latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, sistematika penulisan dan metodologi penelitian. penelitian ini.

2. Landasan Teori

Bab II berfokus pada landasan teori yang digunakan, pada penelitian ini berisi uraian teoritis tentang variabel yang diteliti. Bab ini digunakan untuk memperkuat argumen dan teori yang digunakan peneliti.

3. Hasil Penelitian

Bab III berfokus pada gambaran kasar dari penelitian yang dilakukan. Pada bab ini penulis menjelaskan semua temuan

¹⁸ Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm. 10-11.

penelitiannya, yang meliputi penelitian lapangan dan penelitian literatur, yakni memuat tentang biografi tokoh, gambaran umum mengenai konten *QnA* #BincangAkhlak, gaya bahasa dakwah yang digunakan Takdir Alisyahbana Ridwan dalam *QnA* #BincangAkhlak di media Instagram @je.k__ dan bagaimana tahapan penerapan gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan melalui *QnA* #BincangAkhlak dalam mengembangkan dakwah di media.

4. Analisis Hasil Penelitian

Bab IV berfokus pada analisis hasil penelitian yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Pada bab ini penulis menganalisis untuk menemukan gaya bahasa dakwah yang digunakan Takdir Alisyahbana Ridwan dalam *QnA* #BincangAkhlak di Instagram @je.k__ dan bagaimana tahapan penerapan gaya bahasa dakwah Takdir Alisyahbana Ridwan melalui *QnA* dalam mengembangkan dakwah di media.

5. Penutup

Bab V memaparkan hasil penelitian berupa kesimpulan dari hasil analisis yang sudah dilakukan dan saran peneliti terkait penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan teori gaya komunikasi menurut Kreitner dan Kinicki gaya komunikasi memiliki peranan untuk mengetahui *feedback* yang didapatkan ketika proses komunikasi berjalan. Gaya komunikasi digunakan menyesuaikan dari komunikan dan media penyampaian yang digunakan, Kreitner dan Kinicki mengelompokkan gaya komunikasi menjadi tiga yakni *assertive style*, *passive style* dan *aggressive style*.

Dari hasil analisis yang peneliti lakukan terhadap gaya bahasa dakwah Ustad Jek melalui *QnA* #BincangAkhlak berlandaskan teori komunikasi dari Kreitner dan Kinicki dapat disimpulkan bahwa Ustad Jek ternyata menggunakan dua gaya komunikasi saja, yakni *assertive style* dan *aggressive style*. Penggunaan gaya *aseertive* ini dilihat dari penyampaian dakwah Ustadz jek dengan penyampaian secara langsung, sedikit pernyataan dengan menaruh harapan kepada orang lain dan selalu menggunakan humor dalam penyampaiannya. Penggunaan gaya *aggressive* digunakan Ustadz jek untuk menekankan inti dari apa yang disampaikan, hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata-kata sarakastik dan frontal yang biasa Ustadz jek lakukan untuk mengingatkan, memberi perintah dan melarang, Ustad Jek tidak menggunakan gaya *passive* dalam *QnA* nya karena dalam *QnA* dibutuhkan penyampaian secara langsung dan jelas mengenai inti dari permasalahan yang ditanyakan.

Hal yang memperkuat kesimpulan peneliti adalah bahwa Ustad Jek selalu menarik perhatian dari setiap *QnA* yang dilakukan, banyak yang menantikan sarkas dan frontalnya, dakwahnya dan jawaban yang Ustadz jek berikan ketika menjawab pertanyaan. Penyampaian dakwah yang yang sarkastik ini mendapat banyak respon positif dari para pengikutnya terutama dari kalangan anak muda, ternyata penyampaian dakwah tidak hanya dilakukan dengan bahasa yang biasa tetapi bisa dikombinasikan dengan bahasa sarkastik juga sebagai bumbu untuk menarik perhatian anak muda sehingga dakwah yang disampaikan dapat dipahami dengan baik dan efektif.

Ada beberapa tahapan dalam penerepan gaya bahasa dakwah Ustad jek dalam pengembangan dakwah di media, yakni penggunaan media sosial secara efektif sebagai perantara komunikasi dengan sasaran dakwah, memiliki personal branding yang sesuai dengan gaya bahasa dakwah yang dipilih dan Keunikan dalam menyajikan konten dakwah islam yang kekinian.

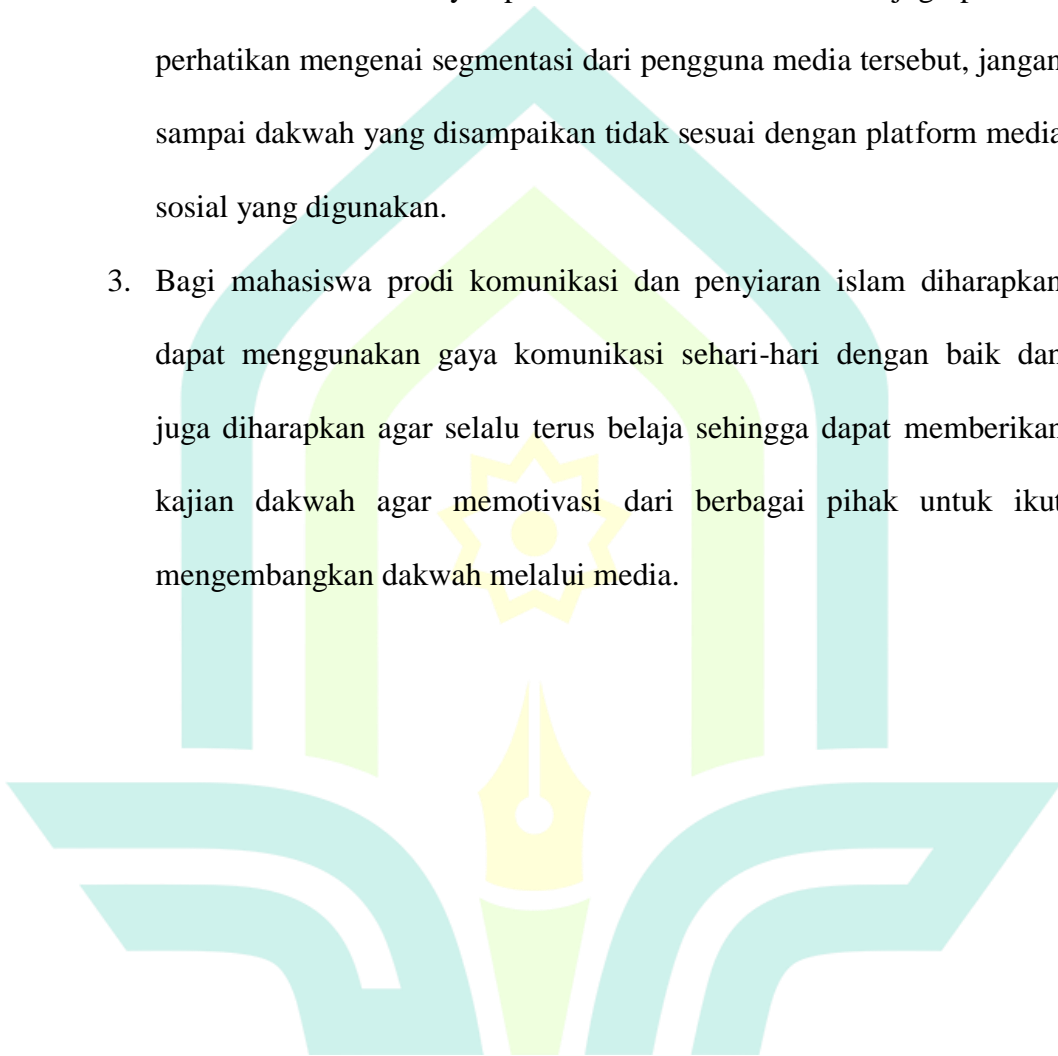
B. Saran

Sebelum mengakhiri penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan kirtik dan saran yang berkenaan dengan penelitian ini.

1. Ustad Jek yang berdakwah melalui media Instagram menggunakan gaya bahasa *assertive* dengan menggunakan penyampaian yang jelas dan di selingi oleh humor tetapi tidak melenceng dari topik pembahasan. Dengan ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada

masyarakat untuk mencoba menggunakan gaya komunikasi asertive ini.

2. Bagi para da'i hendaknya dalam menyampaikan kajian dakwahnya tidak menggunakan bahasa yang menakut-nakuti dan mengancam secara berlebihan. Penyampaian dakwah melalui media juga perlu di perhatikan mengenai segmentasi dari pengguna media tersebut, jangan sampai dakwah yang disampaikan tidak sesuai dengan platform media sosial yang digunakan.
3. Bagi mahasiswa prodi komunikasi dan penyiaran islam diharapkan dapat menggunakan gaya komunikasi sehari-hari dengan baik dan juga diharapkan agar selalu terus belajar sehingga dapat memberikan kajian dakwah agar memotivasi dari berbagai pihak untuk ikut mengembangkan dakwah melalui media.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri, *Metode Penelitian Kualitatif*, ed. Patta Rapanna, I (CV. Syakir Media Press, 2021).
- Al-Qur'an Kementerian Agama RI, *Alquran dan Terjemahannya*, Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2019.
- Amin, Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009).
- Arrifah, Fazarrina Zanuba, "Gaya Bahasa Dakwah Habib Husein Ja'far dalam Video Youtube "Palestina & Israel Bukan Konflik Agama", *Skripsi*, IAIN Ponorogo, 2022.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), Diakses pada tanggal 22 Mei 2023.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Kencana, 2017).
- David, Moh Fadilah, "Sarkasme Agama dalam Chanel Youtube Majelis Lucu Indonesia "Analisis Wacana Van Dijk", *Skripsi*, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022.
- Dewi, Puspita Fiona, "Gaya Komunikasi Pemimpin PT Fition Yang Dipimpin Lebih Dari Satu Pemimpin", *Jurnal E-Komunikasi* (Universitas Kristen Petra, 2009).
- Diningsih, Santi Wahyufi, Andayani dan M. Rohmadi, "Kajian Pragmatik: Tindak Tutur Pada Wacana Humor Buku Politik Indonesia. *Seminar nasional inovasi pembelajaran bahasa indonesia di era revolusi industri 4.0*, Universitas Sebelas Maret.
- Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010).
- Fahrurrozi, et al., *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Prenadamedia Group).
- Fatmasari, Luthfi, Ahmad Nurcholis dan Bobby Rachman Santoso, "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @Nuonline_Id". *Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 7, No. 1 (2021).
- Ginanjari, Ary, 2001. *Rahasia Sukses Membangun Kecerdasan Emosi Dan Spiritual Esq Berdasarkan 6 Rukun Iman Dan 5 Rukun Islam*, Jakarta: Arga.
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. Diakses pada tanggal 22 Mei 2023.
- Isnawati, "Aktivitas Dakwah Felix Y.Siaw Pada Media Sosial Twitter", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018.

- Julana, Dara, "Analisis Penggunaan Bahasa Sarkasme dalam Konten Dakwah pada Channel Youtube @hawariyyun", *Skripsi*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Ar-Raniry Banda Aceh. 2023.
- Maresta, Dian dan Achmad Al Farisi, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif di Kanal Youtube Al-Bahjah Tv", *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Volume 2 Nomor 1, 2024.
- Muslim, "Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, Dan Jenis Penelitian Dalam Ilmu Komunikasi. Wahana", Vol. 1, No. 10, Ganjil, Tahun Akademik 2015/2016.
- Muslimah, Rohmatun Umi, "Strategi Dakwah Gus Miftah Dalam Meningkatkan Kesadaran Pekerja Seks Komersial Untuk Bertaubat Di Lokalisasi Pasar Kembang Yogyakarta", *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2021.
- Moleong, Lexy J, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010).
- Narbuko, Cholid, Abu Achmadi, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003).
- Nurfitria, Syintia dan Arzam, "Urgensi Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Melalui Media Di Era Modern", *Edisi Januari – Juni 2022 Vol. 46 No. 1*.
- Pipas & Jaradat, "Assertive Comuication skills", *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 12(2), 2010.
- Putri, Elsa Carinta, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektifitas Dakwah (Studi Kasus: Instagram @nunuzoo)", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018.
- Raco, R. *Metode Penelitian Kualitatif* (A. L (ed.). (Jakarta: PT. Grasindo, 2010).
- Rahmanadji, Didiek, "Sejarah, Teori, Jenis dan Fungsi Humor", *Seni dan Desain Sastra universitas Negeri Malang*, 2007, hlm. 215.
- Rahmawati, Ita, dkk, "Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang", (Jombang: Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020).
- Rohman, Dudung Abdul, "Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial", *Jurnal Diklat Keagamaan*, ISSN 2085-4005 Volume XIII Nomor 2 (2019).
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta CV, 2016).
- Sujono, Abu Yusuf, "Risyywah (Suap)", <https://www.alsofwah.or.id/index.php?pilih=lihathadits&id=347>, Diakses pada tanggal 24 Maret 2024.
- Syamsudin. 2016. *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Ridwan, Takdir Alisyahbana, Pengelola Akun Instagram @je.k__, Wawancara Pribadi Melalui Zoom Meeting, Pemalang, 4 Desember 2001.
- Wibowo, Adi, "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital", *Jurnal Islam Nusantara*. Vol. 03 No. 02, p. 339-356 (2019)
- Wijaya, Candra, *Perilaku Organisasi*, (Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia, 2017).
- Winata, Muhd Al Haddad, "Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)", *Skripsi*, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2020.



LAMPIRAN

Lampiran 1

TRANSKIP WAWANCARA

NARASUMBER

Pengelola Akun Instagram @je.k__

Narasumber : Takdir Alisyahbana Ridwan

Waktu : 20.00-20.40

Tanggal : 4 Desember 2023

Alamat : Indonesia

Status : Influencer dan Penulis buku

1. Biografi singkat Ustadz Jek?

"Saya Takdir Alisyahbana Ridwan biasa dipanggil jek, biasa dipanggil jek. Lahir 18 agustus saya tinggal di salah satu kabupaten/kota, riwayat pendidikan saya adalah sarjana pendidikan. Hobi saya seperti pemuda pada umumnya karena saya alim jadi hobinya ibadah kali ya, hobinya standar lah ya olahraga, sepak bola saya suka, seperti yang sering disaksikan saya penggemar Manchester United".

2. Bagaimana proses Ustadz Jek bisa mengenal instagram hingga bisa berdakwah di Instagram?

"Instagram inikan bukan menjadi rahasia umum lagi ya semua orang bisa lihat, bisa tahu bisa download dari mulut-kemulut ada loh medsos baru namanya instagram, kita coba main disitu juga ternyata visual kan dulunya duluan main twitter ya, by text ya visul tuh jarang, nah ternyata yaudah karena tampang mendukung juga jadi main instagram aja terus di mirroring aja kebiasaan di twitter suka berdakwah tipis-tipis seneng aja berbagi, jadi kita bukan bukan konten emang sukanya gitu jadi di instagram kita berdakwah juga, dakwah tipis-tipis lah. Umat muslim itu wajib berdakwah, jadi kita tuh ga harus jadi ustad atau kyai, jadi kalo kita ada ilmu wajib kita share entah ke keluarga dulu, kerabat, orang kan gak liat siapa yang ngomong tapi apa yang diomongin. Di instagram itu kebanyakan gen z cuma untuk hiburan aja, ada beberapa ustad tapi tidak terlalu diperhatiin jadi kita berfikir bagaimana cara merangkul anak-anak muda agar dapat belajar agama dengan asik makanya gunain twitter sama instagram".

3. Kenapa Ustadz Jek lebih memilih berdakwah menggunakan media sosial Instagram daripada mengadakan kajian dakwah secara offline?

"Kajian secara offline ini kan bukan sembarangan ya, kita dinilai, bukanya gamau selain ilmunya gitu-gitu disini masih banyak alim ulama yang lebih tua kapasitasnya masih bisa gabisa digantiin sama kita-kita. Kadang orang-orang antipati kalo ukuran anak muda sok tau dan ngadain kajian. Minimal kalo ada kajian minimal kita ngajakin aja dulu untuk datang ke kajian akim ulama atau

majelis ilmu, bukan gue yang ngadain, tapi lebih sering ngajakin temen-temen. Memilih media sosial juga karena pasarnya jelas, dari umur banyak yang dibawah gue gitu, terus mungkin ini anugerah kali ya diberi kemampuan untuk mengetik dan ngomong, kata orang-orang lebih bisa dimengerti dan ngasih pencerahan ke anak-anak dibandingkan dengan ustad yang beneran kita tahu ya di tv ada, mungkin kita diberi anugerah untuk merangkul anak-anak muda dengan rangkaian kata-katanya yang mungkin di mereka masuk aja dan mereka suka.”

4. Mengapa lebih memilih bahasa yang *frontal* dalam menjawab pertanyaan QnA #BincangAkhlaq di media Instagram?

*”Saya tuh nyari yang bikin orang betah di instagram tuh apa, kalo semua normal-normal aja gampang ditinggalin, perhatiin dah kita akui banyak ustad-ustad besar kayak adi hidayat, kholid basalamah dan ustad besar lainnya, coba deh lihat di kolom komentar, yang pantengin orang tua-tua aja jarang ada anak muda, gak ada bumbu yang bisa bikin anak muda betah disana, penggunaan bahasanya baku, QnA nya lurus-lurus aja. Kita pernah cobain pake bahasa yang *frontal* dikit wah orang-orang kok pada ketawa nih, lebih seneng, lebih suka, makanya yaudahlah dikasi bumbu itu saja, karena engga sedikit yang nunggu *frontalnya*, engga sedikit yang nungguin isi dawahnya, engga sedikit yang nunggu pertanyaan dari netizen sendiri jadi campurlah makanya digunain bahasa yang kayak gitu. Banyak yang tertarik jadi dakwah itu bisa diselingi kayak gini juga ya, jadi aku tuh gapernah pake bahasa kelamin, palingan bajingan kita singkat menjadi jingan, engga se*

frontal itu lah jadi orang-orang tuh mikir ternyata oh bisa ya belajar islam dengan bahasa yang kaya gini juga engga melulu menggunakan bahasa yang mengantuk”.

5. Apa kendala Ustadz ketika berdakwah di Instagram melalui QnA #BincangAkhlak dengan bahasa yang frontal?

”Kendalanya lebih ke instagram sendiri sih, kadang ada aja QnA yang di hapusckarena mengandung kata-kata badwords yang melanggar di instagram sih sama kuota warga sih yang sedikit gabisa nanya, banyak yang protes kenapa gak di twitter aja yang lebih irit kuota, warga kan banyak yang miskin yak, jadi kalo main instagram nunggu wifi balaidesa nyala”.

6. Kenapa konten QnA #BincangAkhlak beralih ke media sosial instagram?

”Konten Instagram ini tidak beralih, kita hanya melebarkan sayap karena rasanya beda, kalo di twitter ada beberapa akun yang engga seneng melihat kita seneng-seneng gitu, ada aja yang komen ”becandain agama” padahal kita kan gak becandain agama ya, cara penyampaiannya yang becanda agamanya ga di becandain dan itu bisa kebaca tuh di twitter oleh orang-orang di kolom replace, kalo di Instagram gua doang yang bisa baca jadi gua bisa nyeleksi mana aja yang mau dijawab. Kadang di twitter tuh anak-anak bablas pertanyaannya orang-orang mulia di becandain, orang-orang yang baca bisa kesulut terus jadinya mereka yang berantem, itu yang membuat twitter gua batasin cuma buat sekali-kali doang lihat momentumlah kalo lagi damai-damai baru gua naikin. Jadi itulah kenapa lebih ke instagram karena

di dwitter banyak orang yang bisa baca dan kadang banyak yang gak suka kalo di instagram lebih selektif mana aja yang mau diangkat”.

7. Konten QnA #BincangAkhlak apakah terjadwal atau sesuai keinginan ustadz saja?

”Sesuai keinginan, biasa lah orang tua banyak kegiatan ngurus anak, ngabisin duit istri, kita juga selalu belajar baca buku, mengikuti kajian, Al-Qur’an biasa dibaca, buku hadist bukhori muslim kita baca berulang-ulang seharian gak habis tuh, isi waktunya seperti itu, pokoknya jangan sampai satu hari pun terlewat tanpa tambahan ilmu, iman itu naik turun kalo gak di cas ya turun-turun mulu, kita yang tiap hari cas, belajar agama cas aja bisa turun apalagi kalo sholatnya hari Jum’at doang”.

8. Kenapa memilih menggunakan QnA dalam menyampaikan dakwah di Instagram?

”Soalnya bisa di organisir, kita bisa selektif naikin QnA, kalo live itu-itu doang pertanyaannya, yang gue perhatiin yak lebih lucunya di QnA sih, kalo mau pake feed sama aja dong kaya di twitter”.

9. Siapa target sasaran dakwah Ustadz? dan mengapa memilih target tersebut?

”Awalnya gak nargetin ke siapa-siapa hanya menjalankan kewajiban kita untuk berdakwah karena berdakwah untuk seorang muslim itu wajib, yang sudah berumah tangga wajib ke istri dan anaknya, gapernah nargetin ke siapa-siapanya tapi secara garis besar kita tahu lah ya pengguna instagram

terbanyak itu anak-anak muda tapi banyak orang tua yang ikut ketarik, yang dulunya orang tua kaku dengan hal beginian jadi ikut nimbrung juga, pengaruhnya kalo kita gunain media sosial dengan bener tuh gitu kita bisa melunakin siapapun dan kita bisa berteman dengan siapapun”.

10. Apa tujuan Ustadz berdakwah di media sosial instagram?

”Gak ada tujuan khusus, hanya melebarkan sayap dari twitter ke instagram gak ada tujuan lain apalagi untuk dapet endorse engga, emang seneng gini aja tipis-tipis, tujuannya biar sama-sama tahu aja soalnya sayang banyak ilmu-ilmunya, sebenarnya tuh banyak ilmu-ilmu gampang tapi gak nyampe ke anak muda, gak duduk di majelis ta’lim, gak duduk di majelis ilmu tidak subscribe siapapun ustad-ustad yang ada, jadi kita-kitalh yang turun tangan semoga jadi amal jariyah lah”.

11. Menurut Ustadz apa kelebihan berdakwah di media sosial instagram?

”Kelebihannya kalo kita pakai cara berdakwah QnA kita bisa selektif buat naikin yang pokok-pokok aja dulu yang kita naikin gak kecampur sama yang gak penting-penting, kan ada beberapa yang gak penting, jadi misalnya tuh yang ditanyain tentang pembagian warisan, kan ada yang lebih penting bagi anak muda seperti menjaga lisan, gibah dan sholat kalo itu jangan dulu lah”.

12. Seberapa efektif berdakwah di instagram?

"Wallahualam Bissawab kita gak tahu seberapa efektifnya kan gak ada indikatornya yang nunjukin kita cuma serahin aja lah lillahi ta'ala, yang jelas adalah efektifnya kebaikan sekecil apapun apalagi kita ulang terus-menerus pastinya ada feedback yang baik, kalo dibilang efektif apa engga seminggu aja engga ngadain QnA itu pada nanyain, banyak-banyak, kalo bikin story pada tanya kapan #BincangAkhlak, kalo dibilang efektif ya efektif sih kalo kita bisa gunain dengan bijak medsos kita, kalo QnA lebih banyak yang nonton daripada yang nanya, paling banyak tuh 200-300k padahal followers kita hanya 110k".

13. Bagaimana penerapan gaya bahasa dakwah melalui QnA dalam mengembangkan dakwah di media?

"Semuanya harus disesuaikan lah, pasarnya siapa kalo sama orang tua ngomongnya yang sopan, jangan menggurui, karena di instagram semuanya anak muda jadi dirangkul dengan becandaan-becandaan di stimulus dengan kita angkat dengan sekiranya baru pertanyaan pertama tuh mereka bisa stay, jangan sampe baru pertanyaan pertama mereka pada kabur, usahain ambil pertanyaan pertama yang random dulu jadi pertanyaan gini yak yang bisa bikin mereka pada stay, contohnya 'Ustad, kalo kita sakit demam apa Allah mengangkat derajat derajat kita ya', ya emang bener sih derajat kita keangkat dari 20 derajat naik ke 25 derajat tapi bukan itu lah. Disini juga bisa diambil kesempatan biar pertanyaannya lucu jawabannya lucu jadi pada stay, karena

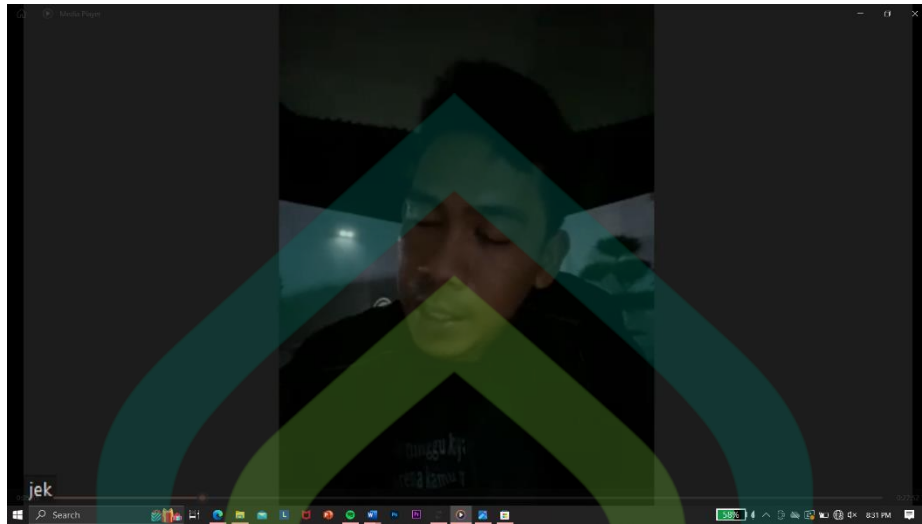
baru pertanyaan pertama aja sudah pecah. Dakwah perlu strategi juga dan itu harus, makanya banyak orang yang penontonnya lari, ga loyal, timingnya ga pas, liat juga apa yang lagi rame, harus rajin belajar juga harus rajin baca dan cari informasi”.

14. Apakah ada saran Ustad untuk orang yang akan mencoba gaya penyampaian dakwah seperti antum?

”Kayaknya perlu ngebranding dulu, kalo orang biasa yang ngomong belum tentu respon masyarakat sama lah, untungnya mereka tuh kenal gue karena sering becanda, kalo di becandain ga marah, jadi emang ada pemakluman karena udah dikenal, beda kalo gak dikenal pasti udah disikat sama orang. Jadi tipsnya ngebranding diri dulu, kalo gak terkenal mau ngomong gitu lebih selektif aja milih kata-kata, frontalnya tuh jangan ke SARA aja, orang yang punya nama aja kaya gue ini lebih selektif aja bagian SARA bahaya, tergelincir sedikit aja tamat riwayat, becandain ayat, suku, rasis bahaya. Orang-orang mikir oh jek hidupnya enak ya tinggal tawa-tawa, ketik serampangan, oh jangan salah justru konten gue yang paling rawan blunder paling rawan di goreng karena bahas tentang agama, salah ngomong dikit, salah ngetik dikit tamat riwayat kita. Alhamdulillah Allah masih menjaga itu kalo gua habis sholat di waktu-waktu tahajud gua selalu berdoa Ya Allah lindungi hambamu ini dari ke blunderan seperti itu karena kita gak bisa ngandalin diri sendiri namanya jempol, namanya lisan kadang salah jadi di backing aja dari situ. Kalo mau berdakwah seperti itu branding diri, minimal orang-orang kenal kamu itu seperti itu, kalo belum terkenal minimal hindari SARA lah”.

Lampiran 2

DOKUMENTASI



Dokumentasi 1. Wawancara dengan Takdir Alisyahbana Ridwan.



Dokumentasi 2. Wawancara dengan Takdir Alisyahbana Ridwan.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Ridlo Indra Pradana
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat tanggal lahir : Pemalang, 7 Desember 2001
Agama : Islam
Kewarnegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. Raya Susukan, Dukuh Tunggul, RT/RW 04/02,
Comal, Pemalang
No. Hp : 0895422767177
Email : ridloindrapradana@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN 03 SUSUKAN (Tahun 2007-2013)
2. SMPN 03 COMAL (Tahun 2013-2016)
3. SMK NUSANTARA 1 COMAL (Tahun 2016-2019)
4. UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN (Tahun 2020-2024)