

Analisis Strategi Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Persuasif pada Konten Media Sosial Sebagai Media Pendidikan Agama Islam di era Digital

Oleh:

M. Albi

Dr. Anita Puji Astutik,

S.Ag., M.Pd.I.

Pendidikan Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo agustus,

Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah pola dakwah dari metode konvensional menjadi lebih luas, cepat, dan interaktif sehingga pesan keagamaan dapat diakses oleh berbagai kalangan tanpa batas ruang dan waktu. Kondisi ini menuntut adanya strategi komunikasi persuasif agar pesan dakwah tidak hanya tersampaikan, tetapi juga mampu membangun pemahaman dan mendorong perubahan sikap audiens. Ustadz Adi Hidayat dipilih sebagai objek penelitian karena dikenal memiliki gaya dakwah yang sistematis, argumentatif, dan humanis dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pendidikan agama Islam.

Research Gap: Penelitian terdahulu umumnya hanya mengkaji komunikasi persuasif, efektivitas media, atau teknik dakwah secara terpisah, sehingga belum mengintegrasikan unsur ethos, logos, dan pathos dalam menganalisis strategi dakwah pada media sosial.

Novelty: Penelitian ini mengintegrasikan Teori Retorika Aristoteles dengan teori komunikasi persuasif untuk menganalisis strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat pada konten media sosial sebagai media Pendidikan Agama Islam di era digital.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan Masalah

Bagaimana strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam perspektif komunikasi persuasif pada konten media sosial?

Bagaimana implementasi unsur ethos, logos, dan pathos dalam strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat pada konten media sosial?

Bagaimana efektivitas strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat sebagai media Pendidikan Agama Islam di era digital?

Tujuan Penelitian

Menganalisis strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat dalam perspektif komunikasi persuasif pada konten media sosial.

Mengkaji implementasi unsur ethos, logos, dan pathos dalam strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat.

Menganalisis efektivitas strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat sebagai media Pendidikan Agama Islam di era digital.

Metode

Jenis Penelitian : analisis konten (content analysis).

Pendekatan : Kualitatif deskriptif.

Sumber Data :

Data primer (5 video, 1 artikel ilmiah) : Lima video dakwah Ustadz Adi Hidayat yang dipublikasikan melalui media sosial dan 1 artikel ilmiah.

Data sekunder (34 referensi): jurnal ilmiah terindeks SINTA dan jurnal internasional bereputasi.

Teknik Pengumpulan Data : Studi dokumentasi melalui identifikasi, klasifikasi, dan telaah literatur.

Teknik Analisis Data :

Content analysis (analisis isi).

untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan unsur ethos, logos, dan pathos dalam konten dakwah.

Keabsahan Data : Triangulasi sumber melalui perbandingan literatur primer dan sekunder.

Hasil

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat pada konten media sosial menerapkan komunikasi persuasif secara efektif melalui integrasi unsur ethos, logos, dan pathos.
2. Unsur ethos tercermin dari kredibilitas pendakwah yang didukung oleh penguasaan ilmu agama, kemampuan menjelaskan dalil Al-Qur'an dan hadis secara komprehensif, serta penyampaian yang konsisten dan terpercaya. Unsur logos diwujudkan melalui argumentasi yang logis, sistematis, dan mudah dipahami dengan mengaitkan dalil keagamaan, fakta, serta realitas kehidupan sehari-hari. Sementara itu, unsur pathos terlihat dari penggunaan bahasa yang santun, penyampaian kisah inspiratif, dan pendekatan emosional yang mampu membangun kedekatan dengan audiens.
3. Penerapan ketiga unsur tersebut menjadikan pesan dakwah lebih mudah dipahami, meningkatkan motivasi untuk mengamalkan ajaran Islam, serta mendorong perubahan sikap audiens secara sukarela.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat berhasil menerapkan komunikasi persuasif melalui integrasi ethos, logos, dan pathos.

Kredibilitas pendakwah membangun kepercayaan audiens, argumentasi yang logis memperkuat pemahaman terhadap pesan dakwah, sedangkan pendekatan emosional menciptakan kedekatan dengan audiens.

Integrasi ketiga unsur tersebut menjadikan media sosial efektif sebagai sarana dakwah sekaligus media Pendidikan Agama Islam di era digital.

Temuan Penting Penelitian

Temuan Penting

- ✓ Strategi dakwah Ustadz Adi Hidayat mengintegrasikan ethos, logos, dan pathos secara efektif dalam komunikasi persuasif.
- ✓ Kombinasi ketiga unsur tersebut meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan penerimaan audiens terhadap pesan dakwah.

➡ Penelitian ini menawarkan analisis strategi dakwah digital melalui integrasi unsur ethos, logos, dan pathos dalam perspektif komunikasi persuasif.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoretis

Memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi persuasif pada dakwah digital melalui integrasi unsur ethos, logos, dan pathos sebagai landasan analisis strategi dakwah di media sosial.

Manfaat Praktis

Menjadi referensi bagi pendakwah dalam menyusun strategi dakwah yang lebih persuasif di media sosial.

Menjadi acuan bagi pendidik dalam memanfaatkan media sosial sebagai media Pendidikan Agama Islam.

Menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam kajian dakwah digital dan komunikasi persuasif.

Referensi

- [1] N. F. Mokodompit, "Konsep Dakwah Islamiyah," *Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 1, no. 2, pp. 112–123, 2022.
- [2] A. Muhid, "Efektifitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review," vol. 20, no. 1, pp. 17–28, 2021.
- [3] J. I. Dakwah, "Jurnal Ilmu Dakwah," vol. 42, 2022.
- [4] D. A. Perdana et al., "Eksistensi dan Peran Dakwah Male Ta Ilayabe di Gorontalo".
- [5] N. Hanifah and A. P. Astutik, "Pemikiran Amina Wadud Tentang Dakwah di Dunia Modern," vol. 2, no. November, pp. 22–31, 2024.
- [6] A. Abdillah, U. M. Sidoarjo, A. P. Astutik, and U. M. Sidoarjo, "Pemanfaatan Teknologi dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di SD," vol. 11, pp. 1058–1066, 2024.
- [7] S. Istianah, "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Dakwah Islam di Era Digital: Studi Literatur atas Perspektif Komunikasi Islam," *Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, vol. 2, no. 2, pp. 3301–3307, Feb. 2025, doi: 10.32672/mister.v2i2.3124.

Referensi

- [8] T. Liedfray, F. J. Waani, and J. J. Lasut, "Peran Media Sosial dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga di Desa Tombatu, Kecamatan Tombatu, Minahasa Tenggara," vol. 2, no. 1, 2022.
- [9] S. K. Hidayat, D. A. Ramadlon, A. P. Astutik, and U. M. Sidoarjo, "Model Pengembangan Media Poster dalam Pembelajaran Al-Qur'an Materi Surah Al-Ma'un," vol. 4, no. 1, pp. 138–150, 2023.
- [10] I. M. Laily, A. P. Astutik, B. Haryanto, and U. M. Sidoarjo, "Instagram Sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam," vol. 3, no. 2, pp. 160–174, 2022.
- [11] P. Akun and Z. H. Labib, KH. Syarifudin Juhri Tentang Tafsir Maudhu'i. 2025.
- [12] M. R. A. Qadir, "Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-Jenisnya)," *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, vol. 4, no. 1, pp. 1–23, 2016.
- [13] J. Cover, "Academia Open," vol. 10, no. 1, pp. 1–12, 2025, doi: 10.21070/acopen.10.2025.12575.
- [14] Y. A. Harianto, "Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif".
- [15] A. W. Maya, F. Indasari, and M. H. Pratama, "Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Sikap Mental dan Karakter (Studi pada Pelatih Pendidik Tamtama TNI AD Kodam II SWJ Palembang)," *Jurnal Studi Ilmu Komunikasi*, vol. 2, no. 2, pp. 28–35, 2023.

Referensi

- [16] A. Nindi, A. Kusuma, and M. Hasanuddin, "Analisis Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Ustadzah Oki Setiana Dewi Melalui Akun TikTok," vol. 5, 2025.
- [17] "Al-Idza'ah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi," pp. 145–157, 2024.
- [18] R. Aditya, "Profil Ustadz Adi Hidayat: Pendidikan, Jejak Karier hingga Karyanya," suara.com, 2021. [Online]. Available: <https://www.suara.com/news/2021/09/16/145029/profil-ustadz-adi-hidayat-pendidikan-jejak-karier-hingga-karyanya>
- [19] S. A. Hajar and M. S. Anshori, "Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media," vol. 2, no. 2, 2021.
- [20] S. Arifin, A. Husin, and A. Surabaya, "Komunikasi Persuasif (Studi Dakwah Quraish Shihab di Channel YouTube Narasi TV)," vol. 5, no. 2, 2024.
- [21] K. H. A. Gymnastiar, "Menyelami Pesan Dakwah Digital: Analisis," pp. 1–19.
- [22] R. Safrudin, Zulfamanna, M. Kustati, and N. Sepriyanti, "Penelitian Kualitatif," Journal of Social Science Research, vol. 3, no. 2, pp. 1–15, 2023.
- [23] I. D. Kurniati et al., Buku Ajar. 2015.
- [24] I. C. Ahmad, "Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)," no. 5, 2019.

Referensi

- [25] "Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi," 2018.
- [26] N. Lubis, "Efektivitas Pesan Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Media YouTube dan Instagram Bagi Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam," Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2025.
- [27] V. D. Y. Daulay and K. Khatibah, "Analysis of Religious Moderation in Ustadz Adi Hidayat's YouTube Content," Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol. 5, no. 1, pp. 203–214, 2025.
- [28] A. Akbar, "Implikasi Konten YouTube Adi Hidayat Official," Skripsi, UIN Mataram, 2021.
- [29] Harakatuna.com, "Ustadz Adi Hidayat dan Transformasi Otoritas Keagamaan di Media Sosial," 19 Des. 2025. [Online]. Available: <https://www.harakatuna.com/ustadz-adi-hidayat-dan-transformasi-otoritas-keagamaan-di-media-sosial.html>
- [30] T. Wahyuni and R. Febria, "Analisis Retorika Dakwah Tentang Perbaiki Shalatmu Maka Allah Akan Permudah Urusanmu dalam Ceramah Ustadz Adi Hidayat Melalui Ethos, Pathos, dan Logos," JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner, vol. 3, no. 1, pp. 2760–2772, 2026.

Referensi

- [31] P. K. Nisa, Misnan, Murodi, and A. Subhan, "Komunikasi Efektif Gaya Ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) Versus Adi Hidayat (UAH)," *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, vol. 23, no. 2, pp. 317–326, 2024.
- [32] L. Masruroh, *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka, 2021.
- [33] S. P. Tyas, N. Azzahra, B. M. Ifada, and N. K. Fajarwati, "Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial," *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, vol. 2, no. 2, pp. 16–22, 2024.
- [34] E. Komara, "Komunikasi Persuasif Dakwah Dr. Zakir Naik," *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, vol. 2, no. 1, pp. 27–41, 2021.
- [35] M. R. Saputra and F. Hidayat, "Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh Terhadap Perilaku Masyarakat," *Jurnal Al Nahyan*, vol. 2, no. 1, pp. 62–73, 2025.
- [36] R. U. Gorotomole, N. Syaren, A. K. Ningrum, and W. Melani, "Menelusuri Jejak Dakwah Rasulullah SAW dan Relevansinya dalam Gaya Dakwah Ustadz Adi Hidayat," *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol. 6, no. 2, pp. 155–168, 2025.

