

**PENERIMAAN PESAN DAKWAH DAN SENI BERBICARA ISLAMI USTADZ
DERRY SULAIMAN DI PLATFORM (INSTAGRAM)
DI KALANGAN REMAJA MUSLIM**

Nur Nissa Mulya, Pratiwi Ismi Wardani, Nadhifa Qotrunnada, Nasichah

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

nur.nissa24@mhs.uinjkt.ac.id pratiwi.ismi24@mhs.uinjkt.ac.id

nadhifa.qotrunnada24@mhs.uinjkt.ac.id nasichah@uinjkt.ac.id

Abstrak

Seni berbicara Islami merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan penyampaian pesan dakwah. Dalam konteks komunikasi dakwah, kemampuan seorang dai dalam mengatur intonasi, memilih diksi, dan menampilkan sikap komunikatif yang sesuai dengan nilai-nilai Islam dapat mempengaruhi tingkat penerimaan pesan oleh mad'u (pendengar). Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas seni berbicara Islami terhadap penerimaan pesan dakwah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menelaah literatur dan teori terkait seni berbicara serta efektivitas komunikasi dakwah. Hasil kajian menunjukkan bahwa seni berbicara Islami memiliki peran signifikan dalam meningkatkan daya tarik pesan, memperkuat kredibilitas da'i, serta membangun kedekatan emosional dengan audiens. Dengan demikian, seni berbicara Islami dapat menjadi strategi penting dalam mengoptimalkan keberhasilan dakwah di era modern.

Kata kunci: Seni berbicara Islami, retorika dakwah, efektivitas komunikasi, penerimaan pesan

Abstract

Islamic speaking art is an essential component in ensuring the effectiveness of dakwah message delivery. Within the context of dakwah communication, a da'i's ability to manage intonation, choose appropriate diction, and demonstrate communicative attitudes aligned with Islamic values can significantly influence the audience's acceptance of the message. This study aims to analyze the effectiveness of Islamic speaking art in enhancing the reception of dakwah messages. The research employs a descriptive qualitative approach by reviewing relevant literature and theories on speaking techniques and dakwah communication effectiveness. The findings indicate that Islamic speaking art plays a crucial role in increasing message attractiveness, strengthening the da'i's credibility, and building emotional closeness with the audience. Therefore, Islamic speaking art serves as an important strategy to optimize the success of dakwah in the modern era.

Keywords: Islamic speaking art, dakwah rhetoric, communication effectiveness, message reception

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam yang tidak hanya berorientasi

pada transfer ilmu, tetapi juga pada pembentukan perilaku, kesadaran spiritual, dan akhlak umat. Efektivitas dakwah sangat dipengaruhi oleh kemampuan seorang dai dalam menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, persuasif, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Salah satu aspek penting dalam keberhasilan dakwah adalah **seni berbicara Islami**, yaitu kemampuan retorika yang mencakup ketepatan bahasa, intonasi, ekspresi, serta etika berbicara yang mencerminkan akhlak seorang muslim. Pendekatan dakwah yang hanya menitikberatkan pada penyampaian materi tanpa memperhatikan aspek psikologis dan emosional pendengar sering kali kurang optimal diterima oleh masyarakat. Sebaliknya, penyampaian dakwah yang seimbang antara pengetahuan agama, ketulusan, dan retorika yang baik cenderung lebih mudah menyentuh hati dan diikuti oleh mad'u.

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah. Media sosial kini menjadi ruang baru bagi penyampaian pesan keagamaan secara cepat, efisien, dan menjangkau audiens yang lebih luas. Di antara berbagai platform, **Instagram** menjadi media yang paling banyak digunakan oleh remaja karena sifatnya yang visual, interaktif, dan menyajikan konten dalam format singkat. Hal ini menjadikannya sebagai sarana dakwah yang relevan, terutama bagi generasi muda yang memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi informasi secara praktis dan ringkas.

Salah satu pendakwah yang aktif memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah adalah **Ustadz Derry Sulaiman**. Beliau dikenal melalui perjalanan hijrahnya serta gaya penyampaiannya yang lugas, jujur, emosional, dan menyentuh. Pengalaman hidup yang diangkat dalam dakwahnya membuat pesan terasa autentik dan dekat dengan persoalan remaja. Gaya komunikasinya yang sederhana namun kuat secara emosional menjadikan pesan lebih mudah diterima, tidak menggurui, dan lebih membumi. Dengan karakteristik tersebut, Ustadz Derry menjadi sosok yang menarik untuk dikaji, khususnya dalam konteks dakwah digital kepada remaja Muslim.

Pemilihan remaja sebagai subjek penelitian didasarkan pada sifat mereka yang sedang berada pada masa pencarian jati diri, sehingga sangat rentan dan responsif terhadap pengaruh media sosial, termasuk dakwah digital. Meskipun dakwah melalui Instagram semakin berkembang, masih sedikit penelitian yang mengkaji secara mendalam bagaimana **gaya berbicara Islami seorang dai** memengaruhi penerimaan pesan dakwah pada remaja, terutama dalam konteks media sosial yang serbacepat.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana remaja

Muslim menerima pesan dakwah Ustadz Derry Sulaiman melalui Instagram, serta sejauh mana seni berbicara Islami yang digunakan berpengaruh terhadap pemahaman, respon emosional, dan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah digital yang lebih efektif, humanis, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.

Rumusan Masalah

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode gabungan, yaitu **studi pustaka (library research)** dan **data primer berupa wawancara tidak langsung**. Fokus penelitian ini adalah menganalisis bagaimana gaya komunikasi dalam video dakwah di media sosial dapat memengaruhi persepsi dan penerimaan pesan dakwah pada remaja.

Data penelitian diperoleh dari dua sumber:

1. **Data sekunder (studi pustaka)** berasal dari jurnal ilmiah, buku-buku dakwah, kajian komunikasi Islam, teori media sosial, serta literatur mengenai psikologi perkembangan remaja. Melalui kajian pustaka ini, peneliti menelaah konsep-konsep seperti dakwah digital, gaya komunikasi da'i, serta faktor-faktor psikologis yang memengaruhi penerimaan pesan.
2. **Data primer** diperoleh melalui *wawancara tidak langsung*, yaitu dengan meminta pendapat beberapa responden terkait kesan mereka setelah menonton dua video dakwah tertentu. Pendapat ini dikumpulkan melalui pertanyaan terbuka yang menggambarkan pengalaman, persepsi, serta tanggapan spontan audiens remaja.

Gabungan kedua sumber tersebut digunakan untuk memahami bagaimana gaya berbicara da'i dalam video dakwah berpengaruh terhadap daya terima pesan di kalangan remaja, khususnya dalam konteks media sosial.

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kesan awal audiens remaja terhadap dua video dakwah yang disajikan melalui media sosial?
2. Bagaimana remaja memahami dan menerima pesan dakwah dari video tersebut, ditinjau dari gaya penyampaian da'i dan konteks media digital?
3. Faktor-faktor apa yang membuat remaja lebih mudah menerima atau tertarik terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui video pendek di media sosial?
4. Sejauh mana dakwah melalui media sosial efektif dalam meningkatkan penerimaan pesan di

kalangan remaja Muslim?

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan kesan awal remaja terhadap dakwah Ustadz Derry Sulaiman.
2. Menganalisis pemahaman remaja terhadap pesan dakwah.
3. Mengidentifikasi faktor yang memengaruhi penerimaan pesan dakwah.
4. Menilai efektivitas dakwah melalui media sosial pada remaja Muslim.

Kerangka Berpikir

Penelitian ini berangkat dari pemahaman bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh cara pesan itu disampaikan kepada audiens. Dalam konteks dakwah kepada remaja Muslim, seni berbicara Islami menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi sejauh mana pesan dakwah diterima dan dipahami dengan baik.

Remaja merupakan kelompok yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri, sehingga mereka cenderung lebih selektif dan sensitif terhadap gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang da'i. Oleh karena itu, penerapan seni berbicara Islami yang mencakup retorika, ekspresi, intonasi, serta pilihan kata yang santun dan relevan menjadi sangat penting untuk menarik perhatian remaja sekaligus menyentuh aspek emosional dan spiritual mereka.

Efektivitas seni berbicara Islami juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kredibilitas dan kepribadian da'i, kondisi psikologis remaja, serta media dan situasi dakwah yang digunakan. Apabila semua unsur tersebut selaras, maka proses penyampaian pesan dakwah dapat berjalan secara efektif, menyentuh hati pendengar, dan menumbuhkan pemahaman serta pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, melalui penelitian ini diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai bagaimana seni berbicara Islami berperan dalam meningkatkan penerimaan pesan dakwah di kalangan remaja Muslim, serta faktor-faktor apa saja yang dapat memperkuat atau melemahkan efektivitasnya.

Atribusi Remaja Muslim	
Atribusi Internal	Atribusi Eksternal
<p>Penilaian remaja terhadap pesan dakwah Ustadz Derry Sulaiman dipengaruhi oleh pengalaman religius dan kondisi emosional masing-masing. Banyak dari mereka memberikan atribusi positif terhadap pesan yang disampaikan karena dinilai tulus, menyentuh, dan menggugah kesadaran diri. Cara Ustadz Derry berbicara yang tegas namun bersahabat dianggap membuat pesan terasa dekat dengan pengalaman hidup pribadi, sehingga mudah diterima tanpa kesandungan.</p>	<p>Remaja juga mengaitkan penerimaan pesan dakwah dengan faktor sosial serta karakter figur pendakwah. Ustadz Derry dikenal sebagai tokoh publik yang aktif berdakwah melalui media sosial, sehingga pesan yang disampaikan dianggap relevan dengan dinamika kehidupan modern. Penggunaan Instagram sebagai media dakwah, gaya komunikasi yang apa adanya, serta citra beliau sebagai sosok yang pernah mengalami proses hijrah menjadikan pesan dakwahnya semakin kuat dan dipercaya oleh remaja.</p>

Media	Materi	Metode
<p>Media penelitian ini menggunakan platform Instagram, di mana Ustadz Derry Sulaiman aktif membagikan video singkat, potongan ceramah, dan pesan-pesan Islami yang banyak diakses remaja. Beberapa konten yang dipilih merupakan unggahan yang mendapatkan perhatian tinggi serta sering muncul di beranda pengguna muda.</p>	<p>Materi penelitian disusun menggunakan teori Atribusi Heider untuk memahami bagaimana remaja menafsirkan pesan dakwah di Instagram. Materi juga diperkaya dengan teori Komunikasi Dakwah terkait gaya penyampaian, serta teori Uses and Gratifications untuk menjelaskan motivasi remaja dalam memilih dan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam kepada remaja muslim usia 18–22 tahun di kelas 3B Prodi BPI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Wawancara dilakukan kepada informan yang pernah menonton atau mengikuti konten dakwah Ustadz Derry Sulaiman di Instagram. Data juga diperkuat melalui</p>

	mengonsumsi konten keagamaan sesuai kebutuhan spiritual dan emosional mereka.	observasi beberapa konten yang menjadi rujukan utama penelitian.
--	---	--

Hasil Analisis Responden terhadap Ustadz Derry Sulaiman

Pesan dakwah yang disampaikan Ustadz Derry Sulaiman dinilai relevan dengan kehidupan remaja, terutama karena gaya penyampaiannya yang sederhana, lugas, dan menyentuh. Responden menyebut bahwa penyampaiannya terasa jujur dan penuh pengalaman hidup, sehingga mudah dipahami dan memberi dampak emosional yang kuat. Bagi sebagian remaja, dakwah beliau tidak hanya berisi nasehat, tetapi juga pengingat untuk memperbaiki diri dan menumbuhkan kesadaran spiritual dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, penerimaan pesan dakwah di Instagram tidak hanya ditentukan oleh materi yang disampaikan, tetapi juga oleh cara penyampaian dan citra diri Ustadz Derry yang dianggap autentik dan dekat dengan kehidupan masyarakat modern.

Tinjauan Pustaka

1. Dakwah Digital di Media Sosial

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi dakwah dari metode tradisional ke bentuk yang lebih interaktif melalui media sosial. Instagram menjadi salah satu platform dakwah yang efektif karena memiliki karakter visual, cepat, dan mudah dijangkau oleh remaja. Konten dakwah dalam bentuk video pendek, kutipan motivasi, maupun cerita pengalaman hidup dinilai lebih sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda yang mengutamakan kepraktisan dan daya tarik visual.

2. Penerimaan Pesan Dakwah pada Remaja

Penerimaan pesan dakwah dipengaruhi oleh faktor kognitif, emosional, dan sosial dari audiens. Remaja sebagai kelompok yang sedang mencari identitas diri cenderung lebih responsif terhadap pesan keagamaan yang disampaikan melalui gaya bahasa yang ringan, sederhana, dan tidak menggurui. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial lebih mudah diterima apabila relevan dengan kebutuhan psikologis remaja, seperti kebutuhan akan

bimbingan moral, kejelasan nilai, dan motivasi spiritual.

3. Gaya Komunikasi Da'i dalam Dakwah Digital

Gaya komunikasi da'i merupakan aspek penting dalam efektivitas dakwah. Da'i yang mampu menampilkan gaya berbicara yang persuasif, emosional, dan mengandung nilai-nilai Islami cenderung lebih mudah diterima oleh remaja. Ustadz Derry Sulaiman dikenal memiliki gaya penyampaian yang lugas, jujur, dan menyentuh, serta sering menggunakan pengalaman hidup sebagai bagian dari pesan dakwahnya. Pendekatan ini dinilai dapat membangun kedekatan psikologis dan meningkatkan kepercayaan audiens terhadap materi yang disampaikan.

4. Teori Atribusi Heider

Teori Atribusi digunakan untuk memahami bagaimana remaja memaknai pesan dakwah berdasarkan dua faktor: atribusi internal dan atribusi eksternal. Atribusi internal berkaitan dengan kondisi psikologis remaja, pengalaman spiritual, dan motivasi pribadi dalam memahami pesan. Sedangkan atribusi eksternal dipengaruhi oleh karakteristik da'i, konteks penyampaian pesan, media yang digunakan, serta situasi sosial yang melingkupi audiens. Keduanya berperan dalam membentuk persepsi dan penerimaan remaja terhadap pesan dakwah Ustadz Derry.

5. Teori Uses and Gratifications

Teori ini menjelaskan bahwa remaja aktif memilih konten dakwah berdasarkan kebutuhan tertentu, seperti pencarian informasi, hiburan, motivasi, atau sebagai sarana refleksi diri.

Instagram menjadi pilihan karena menyajikan konten dakwah dalam format singkat, menarik, dan mudah diakses kapan saja. Melalui teori ini, dapat dipahami bahwa penerimaan pesan dakwah tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh kebutuhan dan preferensi pengguna.

6. Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Islam

Komunikasi dakwah melibatkan penyampaian pesan Islam dengan metode yang bijak, santun, dan sesuai dengan kondisi audiens. Dalam konteks media sosial, prinsip ini diaplikasikan melalui penyampaian pesan secara lebih sederhana, visual, dan kontekstual. Ustadz Derry Sulaiman menyampaikan dakwah melalui kisah hidup, nasihat reflektif, serta ungkapan yang menenangkan, yang dinilai efektif dalam menyentuh hati remaja dan menumbuhkan motivasi spiritual.

2.1 Seni Berbicara Islami (Retorika Dakwah)

Seni berbicara Islami, atau yang sering disebut dengan retorika dakwah, bukan sekadar

kemampuan retorika umum yang diadopsi begitu saja. Retorika dakwah merupakan seni berbicara yang berlandaskan pada nilai-nilai dan etika Islam. Asmuni (2018) mendefinisikan retorika dakwah sebagai "ilmu yang mempelajari tata cara berbicara yang baik di depan umum untuk mempengaruhi, mengajak, dan membimbing orang lain ke jalan Allah SWT dengan memperhatikan kaidah bahasa, psikologi, dan sosiologi audiens."

Konsep ini memiliki akar yang kuat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Al-Qur'an menggunakan istilah-istilah khusus untuk menggambarkan pola komunikasi yang efektif, seperti *qaulan sadidan* (perkataan yang benar dan jujur) dalam QS. An-Nisa: 9, *qaulan ma'rufan* (perkataan yang baik) dalam QS. Al-Baqarah: 235, *qaulan kariman* (perkataan yang mulia) dalam QS. Al-Isra: 23, *qaulan maysuran* (perkataan yang pantas dan mudah) dalam QS. Al-Isra: 28, dan *qaulan balighan* (perkataan yang membekas pada jiwa) dalam QS. An-Nisa: 63. Setiap konsep ini memberikan panduan spesifik tentang diksi, sikap, dan tujuan komunikasi yang sesuai dengan nilai Islam (Shihab, 2012).

Dalam konteks praktis, seni berbicara Islami mencakup beberapa elemen kunci:

1. Diksi (Pilihan Kata): Pemilihan kata yang tepat, mudah dipahami, kontekstual, dan tidak menimbulkan misinterpretasi.
2. Intonasi dan Irama (Al-Ghinah): Pengaturan nada, tempo, jeda, dan tekanan suara untuk menghindari monotondan menekankan poin-poin penting, serta untuk membangkitkan emosi yang sesuai.
3. Bahasa Tubuh (Body Language): Ekspresi wajah, kontak mata, gerakan tangan, dan postur tubuh yang mencerminkan ketenangan, keyakinan, dan keterbukaan, selaras dengan etika Islam.
4. Struktur Pesan: Penyusunan pesan yang sistematis (muqaddimah, isi, penutup), penggunaan cerita (hikayah), perumpamaan (tamtsil), dan argumentasi logis (dalil aqli dan naqli) untuk memudahkan pemahaman.

2.2 Efektivitas Komunikasi Dakwah

Efektivitas komunikasi dakwah diukur sejauh mana pesan yang disampaikan oleh dai dapat diterima, dipahami, diinternalisasi, dan diamalkan oleh mad'u. Teori komunikasi persuasif, khususnya model *Source-Message-Channel-Receiver* (SMCR) dari Berlo (1960), dapat diadaptasi untuk menganalisis efektivitas dakwah. Dalam konteks ini:

- Sumber (Source/Dai): Kredibilitas dai, yang mencakup keahlian (*competence*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan daya tarik (*dynamism*), sangat dipengaruhi oleh penguasaan seni

berbicara.

- Pesan (Message): Kejelasan, struktur, dan daya tarik pesan dakwah itu sendiri.
- Saluran (Channel): Media yang digunakan, baik lisan langsung, media audio, visual, atau digital.
- Penerima (Receiver/Mad'u): Karakteristik audiens seperti latar belakang pengetahuan, usia, dan kondisi psikologis.

Teori Retorika Aristoteles yang terdiri atas *Ethos* (kredibilitas sumber), *Pathos* (daya emosional), dan *Logos* (logika pesan) juga sangat relevan. Seorang dai yang menguasai seni berbicara Islami dapat membangun *ethos* melalui keteladanan dan keikhlasan, membangkitkan *pathos* melalui intonasi dan cerita yang menyentuh hati, dan menyampaikan *logos* melalui argumentasi yang sistematis dan mudah dicerna (Morissan, 2015).

2.3 Hubungan antara Seni Berbicara Islami dan Penerimaan Pesan

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengindikasikan hubungan yang erat antara keterampilan komunikasi dai dengan keberhasilan dakwah. Misalnya, penelitian oleh Fithriani (2020) menyimpulkan bahwa retorika yang diterapkan oleh Ustaz Abdul Somad berperan besar dalam membangun kedekatan emosional dengan penontonnya di media sosial. Sementara itu, Rahmat (2019) menekankan bahwa komunikasi yang efektif dalam dakwah adalah komunikasi yang berpusat pada audiens (*receiver-oriented*), di mana seni berbicara menjadi alat untuk memahami dan menyentuh kebutuhan spiritual mad'u. Tinjauan pustaka ini menunjukkan adanya celah untuk dikaji lebih mendalam mengenai bagaimana secara spesifik elemen-elemen seni berbicara Islami (diksi, intonasi, bahasa tubuh) mempengaruhi aspek-aspek kognitif, afektif, dan konatif dari penerimaan pesan dakwah.

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena secara mendalam mengenai peran seni berbicara Islami dalam efektivitas dakwah di kalangan remaja Muslim, khususnya dalam konteks media sosial Instagram. Penelitian ini tidak bertujuan untuk menguji hipotesis atau mencari hubungan kausalitas yang dapat digeneralisasi.¹ Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan (*library research*) yang diperkaya dengan data primer kualitatif yang

dikumpulkan melalui wawancara tidak langsung. Kombinasi ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengandalkan teori-teori yang ada tetapi juga mendapatkan gambaran langsung dari respons dan persepsi audiens remaja.

3.2 Sumber Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua jenis sumber:

1. Sumber Data Primer:

- Wawancara Tidak Langsung: Data primer dikumpulkan melalui wawancara tidak langsung dengan 6 (Enam) remaja Muslim berusia 17-21 tahun yang merupakan pengikut akun Instagram Ustadz Derry Sulaiman. Wawancara tidak langsung dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terbuka secara *online* (menggunakan Google Form) yang memuat pertanyaan-pertanyaan terkait kesan, pemahaman, dan penerimaan mereka terhadap pesan dakwah dalam dua video pilihan Ustadz Derry Sulaiman.
- Konten Video Dakwah: Dua video dakwah Ustadz Derry Sulaiman di Instagram dipilih sebagai objek analisis utama berdasarkan popularitas (jumlah *like*, *share*, dan *view*) dan relevansinya dengan tema-tema yang dekat dengan kehidupan remaja.

2. Sumber Data Sekunder:

Sumber data yang mendukung dan melengkapi sumber primer, meliputi:

- Al-Qur'an dan Hadits yang berkaitan dengan adab berbicara dan dakwah.
- Buku-buku dan artikel ilmiah inti yang membahas retorika dakwah, komunikasi Islam, dan efektivitas dakwah.²
- Jurnal akademik, prosiding seminar, tesis/disertasi, dan artikel dari media yang kredibel yang membahas praktik dakwah digital, psikologi remaja, dan komunikasi media sosial.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi dokumentasi untuk sumber sekunder dan wawancara tidak langsung terstruktur untuk sumber primer.

- Studi Dokumentasi: Teknik ini dilakukan dengan mencatat, menganalisis, dan menginterpretasi data-data yang relevan dari sumber-sumber sekunder. Langkah-langkahnya meliputi:
 - Mengidentifikasi dan mengumpulkan literatur yang relevan.
 - Membaca dan menelaah dokumen-dokumen tersebut secara kritis.
 - Mencatat dan mengelompokkan data berdasarkan tema-tema kunci yang muncul.
- Wawancara Tidak Langsung: Teknik ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terbuka

secara *online*. Pertanyaan-pertanyaan dirancang untuk menggali:

- Kesan pertama dan alasan ketertarikan terhadap video.
- Pemahaman mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan.
- Faktor-faktor dalam gaya berbicara Ustadz Derry Sulaiman yang paling mempengaruhi mereka.
 - Pendapat mereka mengenai efektivitas dakwah melalui media sosial Instagram.

Hasil Wawancara Tidak Langsung dengan Responden:

Pertanyaan 1: Kesan pertama setelah menonton video dakwah?

- *"Cara penyampaiannya ringan tapi ngena sampee ke hati"* (R1)
- *"Gaya penyampaiannya santai dan cara bicara yang enak didengar, jadi pesan dakwahnya terasa natural dan nggak kaku"* (R2)
- *"Akhirnya, konten dakwah yang nggak bikin boring. Videonya terasa positif, menyentuh, dan strategis"* (R3)
- *"Betapa lembut dan menyentuh cara Ustadz Derry Sulaiman dalam berdakwah. Pesannya terasa sangat positif dan menenangkan"* (R4)
- *"Wah ini dakwahnya enak banget didenger. Gaya penyampaiannya santai, tapi pesannya nyentuh dan positif"* (R5)
- *"Positif, karena dari video tersebut mengajarkan kita tentang beragama dengan kasih sayang"* (R6)

Pertanyaan 2: Cara memahami dan menerima pesan dakwah?

- *"Karena penyampaian yang ringan dan konteksnya dekat dengan kehidupan sehari-hari"* (R1)
- *"Isi pesannya yang relate sama kehidupan sehari-hari... gaya penyampaiannya yang santai dan ringan... pembawaan ustadznya yang menyenangkan"* (R3)
- *"Saya mudah memahami pesan dakwahnya karena gaya penyampaiannya santai dan penuh ketulusan"* (R4)
- *"Aku bisa nangkap pesannya karena bahasanya sederhana dan dekat sama kehidupan sehari-hari"* (R5)
- *"Penyampaian ustadznya yang santai dan pembawaannya yang ringan serta dengan materi yang relate dengan kondisi saat ini"* (R6)

Pertanyaan 3: Faktor yang membuat mudah menerima pesan dakwah?

- *"Karena penyampaian yang ringan dan konteksnya dekat dengan kehidupan sehari-hari."*

Selain itu, durasi videonya pendek tapi isi dakwah nya sampe" (R1)

- *"Faktor terbesarnya adalah empati dan relevansi... format konten yang singkat dan visualnya menarik" (R3)*
- *"Faktor terbesarnya adalah kepribadian Ustadz Derry sendiri... Sikapnya yang lembut, rendah hati, dan penuh kasih" (R4)*
- *"Karena ustaznya bisa nyampein hal penting tapi dengan cara yang asik. Gayanya kekinian, tapi tetap sopan" (R5)*
- *"Materi yang tidak terlalu berat (relate dengan kehidupan sehari-hari) dan disampaikan dengan bahasa yang santai" (R6)*

Pertanyaan 4: Efektivitas dakwah melalui media sosial?

- *"Efektif kok, sekarang banyak orang yg aktif di medsos" (R1)*
- *"Sangat efektif dan sangat berpengaruh... dakwah harus 'turun ke gelanggang'" (R3)*
- *"Menurut saya, sangat efektif. Dakwah melalui media sosial seperti ini bisa menjangkau banyak orang" (R4)*
- *"Menurut aku, dakwah lewat media sosial itu efektif banget... pesannya bisa nyampe ke lebih banyak orang" (R5)*
- *"Cukup efektif dan cukup berpengaruh... dakwah singkat padat dan jelas serta pembawaan santai seperti video tersebut cukup membantu kita tetap waras di jalan Allah" (R6)*

Kesimpulan Hasil Wawancara:

Berdasarkan analisis seluruh respons wawancara, dapat disimpulkan bahwa video dakwah Ustadz Derry Sulaiman berhasil menciptakan penerimaan pesan yang optimal di kalangan remaja Muslim. Faktor utama keberhasilannya meliputi: (1) gaya komunikasi yang santai dan natural dengan bahasa ringan yang mudah dipahami; (2) relevansi konten dengan kehidupan sehari-hari remaja modern; (3) karakter da'i yang tulus, rendah hati, dan penuh kasih sayang; serta (4) format media digital yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi konten generasi muda. Responden secara bulat menyepakati efektivitas dakwah melalui media sosial, menekankan pentingnya pendekatan humanis yang empatik dan dialogis dalam menyampaikan pesan dakwah di era digital.

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) model interaktif dari Miles dan Huberman³, yang meliputi tiga tahapan yang saling terkait:

1. Reduksi Data (Data Reduction):

- Data dari hasil wawancara tidak langsung dan studi pustaka diseleksi, difokuskan, dan disederhanakan. Data yang tidak relevan dengan fokus penelitian dibuang, sementara data yang penting disimpulkan dan dikelompokkan ke dalam tema-tema seperti: kesan audiens, kejelasan pesan, gaya komunikasi, dan faktor penerimaan.
2. Penyajian Data (Data Display):
- Data yang telah tereduksi disusun ke dalam suatu uraian deskriptif naratif yang sistematis dan dalam bentuk matriks. Misalnya, menyajikan kutipan langsung dari respons responden yang mewakili setiap tema, kemudian menghubungkannya dengan teori-teori dari tinjauan pustaka tentang seni berbicara Islami dan efektivitas komunikasi.
3. Penarikan Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification):
- Tahap ini menarik makna dari data yang telah disajikan. Peneliti melakukan interpretasi untuk menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu menganalisis bagaimana seni berbicara Islami Ustadz Derry Sulaiman dalam video Instagram mempengaruhi penerimaan pesan dakwah di kalangan remaja. Kesimpulan yang dirumuskan terus diverifikasi dengan membandingkan temuan dari data primer dengan kajian teoritis dari data sekunder untuk menjaga keabsahan dan kedalaman analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kesan Awal Audiens Terhadap Video Dakwah di Media Sosial

Berdasarkan hasil pengumpulan data primer melalui wawancara tidak langsung terhadap beberapa responden remaja, ditemukan bahwa kesan awal mereka terhadap dua video dakwah yang ditayangkan melalui media sosial umumnya bersifat **positif**, **menyentuh**, dan **tidak menggurui**. Para responden menyatakan bahwa video tersebut “ringan tapi mengena”, “menghadirkan suasana santai”, dan “lebih terasa seperti teman ngobrol daripada ceramah formal”.

Kesan positif ini muncul karena karakteristik video dakwah yang memakai gaya komunikasi **kasual**, **humoris**, dan **empatik**. Hal ini sejalan dengan pendapat A’yuni (2020) yang menjelaskan bahwa remaja cenderung menolak bentuk komunikasi yang terlalu menghakimi atau formal, dan lebih responsif pada gaya komunikasi yang bersifat *friendly* dan *approachable*.⁴ Ketika dakwah disampaikan secara lembut dan tidak memaksa, maka perhatian audiens akan meningkat, terutama pada platform yang dipenuhi konten cepat seperti Instagram dan TikTok.

Selain itu, dari data primer terlihat bahwa remaja merasa nyaman karena ustadz dalam video tersebut menunjukkan kepribadian **humble, ekspresif, dan kocak namun tetap sopan**. Mereka menyebut bahwa penyampaiannya “seperti ngobrol santai”, bukan ceramah satu arah. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Hidayat & Maulana (2021) yang menyatakan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh gaya berbicara da’i yang mampu menghadirkan kedekatan psikologis dengan audiens.⁵

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kesan awal audiens terhadap video dakwah melalui media sosial sangat dipengaruhi oleh **gaya komunikasi da’i, format visual yang menarik**, serta **kedekatan emosional** yang berhasil dibangun dalam durasi video yang singkat.

B. Cara Audiens Memahami dan Menerima Pesan Dakwah

Pemahaman audiens terhadap pesan dakwah sangat dipengaruhi oleh cara da’i menyampaikan pesan. Dari data primer diperoleh bahwa alasan utama remaja mudah memahami isi pesan adalah karena video dakwah menggunakan **bahasa sehari-hari, contoh nyata**, serta **pengaitan dengan pengalaman remaja** seperti pertemanan, pacaran, motivasi hidup, atau kesehatan mental.

Gaya penyampaian seperti ini sesuai dengan konsep **komunikasi persuasif Islami** yang menekankan pentingnya penggunaan bahasa yang sesuai dengan konteks audiens (*audience-centered communication*)—sebagaimana dijelaskan Rahmawati (2019), bahwa dakwah yang efektif adalah dakwah yang membungkus ajaran Islam dengan gaya komunikasi yang dekat dengan pengalaman sosial audiens.⁶

Selain itu, unsur visual dan struktur video turut memengaruhi pemahaman. Penggunaan durasi pendek, teks tambahan, serta ekspresi wajah ustadz membuat pesan lebih mudah diserap. Hal ini sejalan dengan pendapat Fauzi (2022) yang menyatakan bahwa media sosial menuntut pesan yang **ringkas, visual, dan langsung ke inti masalah**, karena karakteristik konsumsi konten pada remaja bersifat cepat dan selektif.

Dari hasil wawancara juga diketahui bahwa pembawaan ustadz yang **hangat, tersenyum, dan tidak judgmental** membuat pesan dakwah terasa lebih tulus. Beberapa responden menyebut bahwa mereka bisa menerima pesan karena ustadznya “nggak sok suci” dan “nggak menggurui”. Dalam psikologi remaja, penerimaan pesan memang sangat dipengaruhi oleh **sense of acceptance** (perasaan diterima dan tidak dihakimi). Penelitian Sari (2020) menjelaskan bahwa remaja cenderung menjauh dari figur otoritatif yang kaku, dan

mendekat pada figur yang komunikatif serta empatik.

Dengan demikian, cara remaja memahami pesan dakwah dipengaruhi oleh tiga unsur utama:

1. Bahasa dan gaya bicara yang santai,
2. Kedekatan konteks pesan dengan kehidupan sehari-hari, dan
3. Kepribadian da'i yang menyenangkan dan terbuka.

C. Faktor yang Membuat Remaja Mudah Menerima atau Tertarik pada Video Dakwah

Data primer menunjukkan bahwa alasan remaja tertarik pada video dakwah dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori besar: **faktor komunikatif** dan **faktor psikologis-emosional**.

1. Faktor Komunikatif

Faktor ini meliputi gaya penyampaian da'i, struktur pesan, serta format video. Responden menyebut bahwa video tersebut menarik karena:

- Tidak terlalu panjang (*short content* atau *micro-dakwah*),
- Visual rapi dan estetik,
- Ada unsur humor yang tepat,
- Bahasa ringan dan modern,
- Contoh yang diberikan relevan dengan kehidupan remaja.

Dalam kajian dakwah digital, faktor komunikatif memiliki peran besar karena media sosial memberi ruang persaingan yang tinggi antara konten dakwah dan hiburan. Video dakwah harus mampu *menarik perhatian dalam 3 detik pertama* agar tidak terlewat—hal yang ditekankan juga oleh Syafruddin (2021).⁷

2. Faktor Psikologis dan Emosional

Remaja menyukai video dakwah yang menghadirkan **emosi positif**, seperti:

- perasaan diterima,
- perasaan disemangati,
- perasaan tidak sendiri,
- perasaan ditenangkan.

Beberapa responden mengatakan bahwa video tersebut “bikin adem”, “bikin ingat lagi tentang Allah tapi nggak digurui”, dan “bikin tetap waras”. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan emosional remaja sangat berperan dalam penerimaan pesan dakwah.

Penelitian Ramadhani (2020) menjelaskan bahwa gaya dakwah yang lembut dan

penuh kasih akan lebih berhasil menyentuh remaja karena mereka berada dalam fase pencarian jati diri dan membutuhkan validasi emosional.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor ketertarikan remaja pada video dakwah dipengaruhi oleh:

- format konten (singkat, menarik, visual),
- gaya komunikasi (santai, empatik),
- kedekatan pesan dengan realita hidup remaja, dan
- pemenuhan kebutuhan emosional (nyaman, aman, diterima).

D. Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Terhadap Penerimaan Pesan Remaja

Berdasarkan analisis data primer dan kajian pustaka, dakwah melalui media sosial terbukti **sangat efektif**, terutama dalam menjangkau remaja. Alasan efektivitas ini dapat dijelaskan dari beberapa aspek:

1. Media Sosial sebagai Ruang Hidup Remaja

Remaja saat ini menghabiskan sebagian besar waktunya di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Media sosial bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai ruang belajar, mencari informasi, dan membangun identitas. Karena itu, dakwah yang hadir di ruang digital memiliki peluang lebih besar untuk diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fauzi (2022) dan Mulyana (2020).

2. Format Konten yang Menyesuaikan Karakter Remaja

Konten dakwah yang pendek, visual, dan emosional sangat cocok dengan gaya konsumsi digital generasi Z yang menyukai kecepatan dan *straight-to-the-point*.

3. Persepsi Da'i yang Ramah dan Tidak Menghakimi

Efektivitas meningkat ketika da'i dipersepsikan sebagai figur yang empatik dan dapat dipercaya. Data primer menunjukkan bahwa responden merasa nyaman sehingga pesan lebih mudah masuk.

4. Potensi Sebar Ulang (Virality)

Video dakwah yang sederhana namun menyentuh dapat dengan cepat **viral** dan tersebar ke banyak lapisan audiens, jauh melebihi ceramah konvensional.

Dengan demikian, dakwah melalui media sosial bukan hanya efektif, tetapi juga memiliki **daya jangkau luas, kecepatan tinggi, dan kekuatan persuasif yang besar**, terutama bagi remaja yang mencari konten singkat namun bermakna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerimaan pesan dakwah dan seni berbicara Islami Ustadz Derry Sulaiman pada platform Instagram di kalangan remaja Muslim, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk persepsi, pemahaman, serta penerimaan pesan dakwah. Remaja, khususnya usia 18–22 tahun, menunjukkan respons positif terhadap gaya penyampaian Ustadz Derry yang dinilai sederhana, menyentuh, dan tidak menggurui. Hal ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan dipahami karena sesuai dengan kebutuhan emosional dan cara konsumsi informasi generasi muda.

Gaya komunikasi yang digunakan, mulai dari pilihan kata yang santai, intonasi yang tenang namun tegas, hingga penggunaan contoh kontekstual, terbukti mampu membangun kedekatan psikologis antara da'i dan audiens. Faktor-faktor seperti kepribadian da'i yang rendah hati, visual video yang menarik, serta durasi konten yang ringkas turut memperkuat minat remaja untuk menonton dan menghayati pesan yang disampaikan.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial tidak hanya efektif dalam menarik perhatian, tetapi juga dalam menyampaikan pesan moral dan spiritual yang berdampak pada aspek kognitif, afektif, dan konatif remaja. Dengan demikian, seni berbicara Islami yang dikombinasikan dengan pemanfaatan media digital dapat menjadi strategi dakwah yang relevan, komunikatif, dan efektif bagi remaja di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Q. (2020). *Komunikasi Dakwah pada Remaja di Era Digital*. Jurnal Komunikasi Islam, 8(2), 112–124.
- Asmuni, S. (2018). *Retorika Dakwah: Seni Berbicara dalam Perspektif Dakwah*. Prenada Media. hlm. 45;
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications. hlm. 185.
- Hidayat, R., & Maulana, A. (2021). *Peran Komunikasi Interpersonal Da'i dalam Dakwah Media Sosial*. Jurnal Sosial dan Dakwah, 7(1), 31–45.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. hlm. 55-56).
- Rahmawati, L. (2019). *Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Komunikasi Dakwah*. Jurnal Bahasa dan Dakwah, 6(2), 89–101.
- Shihab, M. Q. (2012). *Tafsir Al-Misbah*. Lentera Hati. hlm. 112).
- Syafruddin, H. (2021). *Model Dakwah Kreatif di Era Media Baru*. Jurnal Dakwah Kontemporer, 9(1), 13–25.