

Analisis Gaya Komunikasi Dakwah K.H. Ahmad Bahaiddin Nursalim dengan Pendekatan Persuasif dan Logis di Kanal Youtube Pengajian Gus Baha

Septy Anggrainy^a, Gilang Sakti Arifin^b, Rosidi^c dan Achmad Zaky Faiz^d

UIN Raden Intan Lampung^{abc}, Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti Wonogiri^d

septyanggrainy@radenintan.ac.id^a, gilangsaktiarifin@gmail.com^b, rosidi@radenintan.ac.id^c,
achmadzakyfaiz@staimaswonogiri.ac.id^d

ABSTRAK

Kanal Youtube Pengajian Gus Baha, yang memiliki 493 ribu subscribers per 21 November 2024, menunjukkan popularitasnya sebagai salah satu media dakwah yang efektif di era digital. Maka, tujuan penelitian ini untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Gus Baha serta pendekatan persuasif dan logisnya diterapkan dalam menyampaikan pesan keagamaan melalui ceramah di kanal Youtube. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian ini bersifat deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah K.H. Ahmad Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) menggunakan pendekatan persuasif dan logis. Data utama didapat dari pengamatan terhadap konten ceramah Gus Baha yang diunggah di kanal Youtube Pengajian Gus Baha serta respons audiens melalui komentar. Data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan terkait gaya komunikasi, metode dakwah, dan pendekatan persuasif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi tidak langsung terhadap ceramah yang ditayangkan di Youtube. Selanjutnya, teknik analisis data menggunakan metode analisis isi Krippendorff, yang didukung oleh pendekatan persuasif Yale dari Carl Hovland, guna memahami Gus Baha menyusun ceramahnya secara sistematis dan persuasif serta bagaimana gaya komunikasinya diterima audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gus Baha menerapkan gaya komunikasi sederhana namun efektif dalam ceramahnya di Youtube, dengan menyelipkan humor dan bahasa ringan yang menciptakan suasana cair dan menyenangkan. Penggunaan gaya bahasa seperti ironi dan retorika lainnya mendalamkan pesan secara persuasif. Gaya komunikasi monologis dipadu dengan pendekatan persuasif berbasis kredibilitas dan logika memudahkan audiens untuk menerima pesan dakwah. Melalui platform Youtube, Gus Baha berhasil menjangkau audiens luas serta memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan kehidupan spiritual mereka.

Kata kunci: Analisis, Gaya Komunikasi, Dakwah Persuasif, Gus Baha

The Youtube channel Pengajian Gus Baha, which has 493 thousand subscribers as of November 21, 2024, shows its popularity as one of the effective da'wah media in the digital era. Therefore, the purpose of this study is to determine the style of da'wah communication used by Gus Baha and the persuasive and logistical approaches applied in conveying religious messages through lectures on the Youtube channel. This study uses a library research method (library research). This research is descriptive analysis with a qualitative approach to analyze the da'wah communication style of K.H. Ahmad Bahaiddin Nursalim (Gus Baha) using a persuasive and logistical approach. The primary data was obtained from observations of Gus Baha's lecture content uploaded on the Youtube channel Pengajian Gus Baha and audience responses through comments. Secondary data was obtained from relevant literature related to communication style, da'wah methods, and persuasive approaches. The

data collection technique was carried out through indirect observation of lectures broadcast on Youtube. Furthermore, the data analysis technique uses the Krippendorff content analysis method, supported by Carl Hovland's Yale persuasive approach, to understand Gus Baha systematically and persuasively composes his lectures and how his communication style is received by the audience. The results of the study show that Gus Baha applies a simple but effective communication style in his lectures on Youtube, by inserting humor and light language that creates a fluid and pleasant atmosphere. The use of language styles such as irony and other rhetoric deepens the message persuasively. The monologic communication style combined with a persuasive approach based on credibility and logic makes it easier for the audience to accept the message of da'wah. Through the Youtube platform, Gus Baha has succeeded in reaching a wide audience and having a positive impact on their understanding and spiritual life

Keywords: *Analysis, Communication Style, Persuasive Preaching, Gus Baha*

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan salah satu kewajiban penting dalam Islam, yang diamanatkan kepada setiap muslim untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama kepada orang lain. Hadis Nabi Muhammad SAW. “*Sampaikanlah dariku walaupun satu ayat*” (H.R. Turmudzi) (Ilmu Islam, 2024). Perintah di atas disampaikan Nabi Muhammad SAW kepada umatnya agar mereka menyampaikan dakwah meskipun satu ayat saja. Ajakan ini berarti bahwa setiap individu wajib menyampaikan dakwah sesuai dengan kemampuannya. Menurut sebagian ulama, hukum dakwah dianggap sebagai wajib kifayah, yang berarti jika suatu kelompok atau sebagian orang telah melakukan dakwah, maka kewajiban dakwah atas seluruh umat Muslim menjadi terpenuhi, karena sudah ada yang melaksanakannya, meskipun hanya sebagian orang (M Alfian, 2020).

Namun, dakwah di era modern menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dengan perkembangan teknologi yang pesat. Sebagai masyarakat modern, teknologi tak terhindarkan. Hampir semua aspek kehidupan kita terhubung dengannya, termasuk upaya kita dalam mendapatkan informasi. Media komunikasi, baik cetak maupun digital, memainkan peran penting dalam menyediakan informasi yang cepat dan akurat kepada masyarakat. Perkembangan teknologi yang pesat memunculkan berbagai media komunikasi, seperti internet, radio, dan televisi, yang memberikan informasi tanpa batas (Rubawati, 2018).

Di antara media-media tersebut, internet, terutama melalui media sosial seperti Youtube, telah menjadi sangat dominan. Tercatat pada tahun 2018, Indonesia menjadi salah satu pengguna Youtube terbesar di Asia Pasifik dengan peningkatan hingga 130 persen (Aria W. Yudhistira, 2024). Youtube menjadi fasilitas yang efisien untuk menyebarkan dakwah agama Islam. Platform Youtube menawarkan format video dan audio visual yang menarik bagi mad'u, terutama kalangan anak muda yang aktif mengaksesnya sebagai sumber informasi dan hiburan. Dengan potensi besar sebagai media dakwah,

Youtube menarik perhatian peneliti terhadap sosok seperti KH. Ahmad Bahaiddin Nursalim, atau dikenal sebagai Gus Baha, yang dikenal dengan gaya komunikasinya yang persuasif dan logis.

Pesatnya kemajuan teknologi informasi menciptakan tantangan baru bagi para pendakwah. Metode dakwah konvensional kini kurang diminati karena harus bersaing dengan berbagai konten hiburan dan informasi yang lebih menarik di mata masyarakat modern (tempo.co, 2019). Selain itu, banyak da'i menghadapi hambatan dalam menyampaikan dakwah yang efektif, yang memerlukan pendekatan baru agar pesan agama dapat memikat perhatian masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih efektif dan relevan untuk menghadapi tantangan ini, yang menjadi fokus dalam penelitian ini. Dalam menghadapi tantangan-tantangan tersebut, memiliki gaya komunikasi yang efektif menjadi sangat penting. Gaya komunikasi yang persuasif dan logis dapat membantu dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan cara yang lebih mudah diterima oleh audiens. Pendekatan persuasif bertujuan untuk mempengaruhi audiens dengan cara yang halus dan menarik, sedangkan pendekatan logis berfokus pada penggunaan argumen yang masuk akal dan dapat dipahami (Soleh Soemirat, 2023).

K.H Ahmad Bahaiddin Nursalim, atau yang lebih dikenal dengan Gus Baha, adalah salah satu pendakwah yang berhasil memanfaatkan media digital untuk menyampaikan dakwahnya. Gus Baha lahir pada tanggal 29 September 1970. Ia dididik secara langsung oleh ayahnya, KH. Nur Salim, dan menghafal Al-Qur'an di bawah bimbingannya. Setelah itu, ia dipondokkan di pesantren al-Anwar Sarang yang diasuh oleh KH. Maimoen Zubair di Rembang. Di sana, ia mendalami ilmu fikih dengan ketat, yang membuatnya terkenal sebagai pakar fikih. Gus Baha kemudian menjadi terkenal dalam bidang tafsir al-Qur'an, di mana Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta meminta kepakarannya dalam tim ahli tafsir dan memberinya wewenang untuk menjadi tim tashih mushaf UII serta menuliskan tafsir al-Quran. Gus Baha merupakan contoh ulama yang muncul dari tradisi pesantren Indonesia dan menggabungkan kepakarannya dalam bidang fikih dengan tafsir al-Qur'an, meskipun tanpa pendidikan formal di lembaga sekolah (Musthofa, 2022). Setelah menikah dengan Ning Winda pada tahun 2003, Gus Baha menyewa sebuah rumah di Desa Pendowoharjo, Sewon, Bantul pada tahun 2004. Di Bantul, ia mengajar beberapa santri di Pesantren An-Nur, Ngrukem, Yogyakarta. Pada tahun 2005, setelah wafatnya ayahnya, KH. Nur Salim, Gus Baha kembali ke Kragan, Rembang untuk mengasuh Pesantren LP3IA yang didirikan oleh ayahnya. Selain itu, Gus Baha mengadakan kajian tafsir di Bedukan, Wonokromo, Bantul, yang terhenti sementara pada tahun 2019 karena pandemi COVID-19 dan kemudian dilanjutkan di Pesantren LP3IA (Musthofa, 2022).

Gaya komunikasi Gus Baha yang sederhana, lugas, dan penuh makna membuatnya menarik untuk diteliti. Beliau menggunakan pendekatan persuasif dan logis dalam menyampaikan pesan-pesannya, yang terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens di Youtube. Pesan-pesan yang disampaikan Gus Baha mudah diterima oleh audiens karena menggunakan logika sederhana yang dapat

mempengaruhi mereka. Sebagai contoh, Gus Baha menyederhanakan isi kitab Muroq'ah al-Ubudiyah, syarah Bidayatul Hidayah karangan Abu Hamid al-Ghazali, dengan menyatakan bahwa "*Meninggalkan maksiat lebih berat daripada melaksanakan ibadah*". Beliau menjelaskan bahwa orang yang terbiasa melakukan maksiat seperti pemabuk atau pezina mungkin bisa melaksanakan salat, tetapi orang yang rajin beribadah sering kali sulit untuk meninggalkan maksiat, seperti berprasangka buruk terhadap orang lain yang tidak beribadah. Ini menunjukkan bagaimana Gus Baha menyederhanakan konsep-konsep kompleks agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiensnya, yang merupakan salah satu alasan utama pentingnya penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*Content Analysis*) untuk menganalisis video ceramah Gus Baha. Analisis isi (*Content Analysis*) adalah penelitian yang bersifat mendalam terhadap isi dari sebuah informasi baik tertulis maupun tercetak dalam media massa (Setiawan Bambang dan Ahmad Muntaha, 2005). Analisis isi memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam isi komunikasi yang disampaikan dalam ceramah di kanal Youtube Pengajian Gus Baha. Selain itu, penelitian ini menggunakan model persuasi Yale yang dikembangkan oleh Carl Hovland dan timnya sebagai kerangka teori untuk menganalisis pendekatan komunikasi persuasif dan logis Gus Baha. Teori persuasi Yale menekankan pentingnya faktor sumber (*credibility*), pesan (*message*), dan audiens (*audience*) dalam proses persuasi (Widiastuti, 2021), yang relevan untuk dianalisis dalam konteks dakwah Gus Baha di Youtube.

Penelitian ini memiliki urgensi yang signifikan dalam konteks perkembangan dakwah di era digital. Dengan pesatnya penggunaan platform media sosial, khususnya Youtube, sebagai sarana untuk menyebarkan pesan agama, penting untuk mengkaji bagaimana pendekatan komunikasi dakwah yang diterapkan oleh tokoh agama, seperti K.H. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha), mempengaruhi audiensnya. Dalam hal ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah Gus Baha, yang dikenal luas karena pendekatannya yang sederhana, persuasif, dan logis. Dengan mengadopsi pendekatan persuasif dan logis dalam dakwahnya, Gus Baha berhasil menarik perhatian audiens yang beragam, terutama generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk memahami lebih dalam bagaimana pesan-pesan dakwah disampaikan secara efektif di platform digital, serta bagaimana gaya komunikasi yang digunakan dapat membentuk pemahaman agama yang lebih inklusif dan mudah diterima oleh masyarakat luas.

Selain itu, dengan banyaknya konten dakwah yang tersebar di dunia maya, penting untuk mengevaluasi apakah gaya komunikasi Gus Baha dapat menjadi model bagi pendakwah lainnya dalam menjalankan dakwah secara modern dan berbasis teknologi. Penelitian ini akan memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi dakwah, serta dapat membantu pendakwah dan pihak terkait dalam meningkatkan kualitas penyampaian pesan agama yang lebih relevan dan efektif di era digital. Penelitian

ini juga menawarkan kebaruan dalam hal analisis gaya komunikasi dakwah dengan pendekatan persuasif dan logis yang jarang dieksplorasi secara mendalam dalam konteks media digital, khususnya Youtube. Meskipun banyak penelitian yang membahas dakwah dalam konteks tradisional atau media massa, penelitian tentang bagaimana dakwah dipraktikkan melalui platform digital dan dianalisis dengan pendekatan persuasif serta logis merupakan hal yang lebih baru.

Beberapa penelitian terdahulu pun telah membahas tentang Gaya Komunikasi dengan tokoh maupun sudut pandang yang berbeda. Penelitian dalam Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu oleh Azis Iskandar dan Mulkan Habibi (2023) tentang *Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar di Media Sosial (Studi Akun Instagram @Husein_Hadar)* mengungkapkan Habib Jafar menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami saat menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Ia juga menggunakan fitur visual Instagram seperti gambar dan video untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Gerakan tubuh dan ekspresi wajah yang digunakan dalam video ceramahnya menyoroti poin-poin penting: Ketika berhadapan dengan para pengikutnya, Habib Jafar bereaksi dengan penuh perhatian dan penuh kasih terhadap komentar dan pesan (Iskandar & Habibi, 2022).

Penelitian lain ada dalam Jurnal Spektra Komunika: Jurnal Komunikasi dan Dakwah oleh Siti Fatimah Azzahra, Robi'ah Machtumah Malayati (2019) tentang *Gaya Komunikasi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus pada Channel Youtube* memaparkan bahwa Ustadzah Halimah Alaydrus menyampaikan pesan dengan gaya komunikasi asertif yang tetap menghargai pendapat orang lain, sekaligus menyampaikan pandangannya secara jelas dan tegas. Gaya retorikanya mampu menarik perhatian, memberikan informasi yang bermakna, menghibur, serta memotivasi para pendengarnya (Siti Fatimah Azzahra, 2024).

Selanjutnya artikel penelitian dalam Jurnal Bahasa: Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia oleh Muh Irfan dan Jusratul Aini (2019) mengenai *Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah T.G.K.H. Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah Ke-70—80 NWDI di Pancor* menjelaskan bahwa gaya TGB merupakan kombinasi antara gaya komunikasi konteks rendah dan unsur positif dari komunikasi konteks tinggi, yang tercermin dalam cara penyampaian yang tegas, jelas, damai, sejuk, tenang, serta mampu mengatur intonasi saat menyampaikan ceramah. Retorika dakwah yang digunakan TGB menggabungkan berbagai unsur retorik dengan bentuk-bentuk retorika tertentu. Unsur-unsur tersebut meliputi pilihan kata (diksi), alih kode, campur kode, dan kesantunan dalam berbahasa. Adapun bentuk retorika TGB tampak melalui aspek verbal dan nonverbal, yang keduanya memiliki pengaruh besar dalam efektivitas penyampaian dakwah. Pengaruh tersebut muncul karena gaya bahasa yang digunakan telah disesuaikan dengan karakteristik audiens dan konteks tempat ceramah disampaikan (Irfan, 2019).

Lebih lanjut, penelitian ini berfokus pada salah satu tokoh agama yang memiliki pengaruh besar dalam dakwah digital, yaitu Gus Baha. Tokoh yang terkenal dengan gaya komunikasinya yang tidak hanya mendalam pada isinya, namun juga mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Novelty lain terletak pada penggunaan pendekatan analisis gaya komunikasi, yang mencakup unsur-unsur persuasif dan logis, untuk mengevaluasi cara Gus Baha menyampaikan pesan-pesan dakwahnya melalui video di Youtube. Hal ini dapat memberikan perspektif baru tentang bagaimana pendakwah dapat menggunakan media digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih sistematis dan terstruktur. Melalui pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur tentang dakwah digital, sekaligus menawarkan pandangan yang lebih mendalam tentang bagaimana dakwah yang berbasis media sosial dapat mengatasi tantangan dan peluang dalam menyampaikan pesan agama yang autentik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat masa kini.

METODE

Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan sifat penelitian deskriptif kualitatif. Data primer dalam penelitian ini terdiri dari video unggahan Gus Baha yang tersedia di kanal Youtube "Pengajian Gus Baha". Video ini diunggah pada 4 April 2024. Pemilihan ini didasarkan pada intensitas dan popularitas aktivitas dakwah Gus Baha dalam edisi waktu tersebut. Metode pengumpulan data menggunakan observasi tidak langsung, wawancara dan dokumentasi di mana metode pengamatan yang dilakukan tanpa kehadiran fisik pada saat terjadinya suatu peristiwa yang diselidiki (Iskandar et al., 2023). Dalam penelitian ini, penulis menerapkan teknik analisis isi (*Content Analysis*) dengan pendekatan persuasif Yale oleh Carl Hovland dkk. pendekatan persuasif Yale adalah pendekatan yang dikembangkan oleh Carl Hovland dan rekan-rekannya dari Universitas Yale dengan menekankan pada analisis elemen-elemen persuasif dalam komunikasi, termasuk pesan, sumber, audiens, dan konteks (Muhazir & Sos, 2021). Perubahan sikap dipahami dengan fokus pada langkah-langkah yang diambil oleh komunikan saat mereka dipengaruhi. Model dasar pendekatan ini dapat diringkas sebagai "identifikasi siapa yang mengatakan apa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gaya Komunikasi Dakwah K.H. Ahmad Bahauddin Nursalim

Penulis menggunakan metode analisis isi Krippendorff yang memungkinkan untuk menggali elemen komunikasi secara sistematis, khususnya mengenai metode dakwah, gaya bahasa, dan gaya retorika yang digunakan Gus Baha dalam ceramahnya (Maharani Shifana et al., 2022). Selain itu, penulis

juga menggunakan metode dokumentasi sebagai data pendukung, yang mencakup pengamatan terhadap kanal Youtube Pengajian Gus Baha, interaksi dalam kolom komentar, serta data tambahan seperti jumlah tayangan dan reaksi audiens (Diasti, 2021). Semua data yang terkumpul dianalisis untuk mengidentifikasi metode dakwah, gaya bahasa, dan retorika yang dominan dalam ceramah Gus Baha. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan gaya komunikasi dakwah K.H. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) di kanal Youtube Pengajian Gus Baha adalah:

1. Gaya Retorika

Retorika merupakan seni berbicara yang digunakan oleh seorang dai untuk mempengaruhi dan meyakinkan audiensnya. Dalam dunia dakwah, retorika menjadi elemen penting karena tidak hanya melibatkan kemampuan berbicara, tetapi juga bagaimana pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan dengan cara yang efektif dan menyentuh hati pendengarnya (Nabila et al., 2024). Gaya retorika yang digunakan seorang pendakwah akan sangat mempengaruhi bagaimana audiens memahami dan merespons pesan-pesan yang disampaikan. Gus Baha, sebagai seorang ulama yang memiliki kharisma dalam berdakwah, memanfaatkan berbagai gaya retorika dalam ceramah-ceramahnya. Beliau tidak hanya mengandalkan satu bentuk penyampaian, melainkan menggabungkan beberapa teknik retorika yang berbeda untuk mencapai hasil yang optimal. Dua gaya retorika utama yang sering terlihat dalam ceramah Gus Baha adalah retorika monologis dan dialogis.

- a. Retorika monologis merupakan gaya berbicara di mana seorang pembicara menyampaikan materi secara satu arah, tanpa interaksi langsung dengan audiens (Gallez & Reynders, 2015). Gus Baha sering menggunakan retorika ini ketika ia memaparkan materi ceramah dengan jelas dan runtut. Dalam momen ini, beliau biasanya memberikan pandangan yang mendalam tentang topik tertentu, seperti tafsir ayat Al-Quran, sejarah Islam, atau masalah-masalah keagamaan kontemporer. Melalui retorika monologis, Gus Baha mampu menyusun penjelasan yang sistematis, memberikan gambaran yang utuh dan terperinci mengenai topik yang sedang dibahas. Retorika monologis Gus Baha dikenal sangat kuat karena kemampuannya dalam menyederhanakan konsep-konsep yang sulit menjadi lebih mudah dipahami. Beliau juga sering kali menggunakan analogi dan kisah-kisah yang relevan untuk memperjelas pesan yang disampaikan, membuat audiens merasa terhubung dengan materi yang disampaikan.
- b. Retorika dialogis adalah gaya bicara yang membuat interaksi bersama audiens baik mengajak berbicara ataupun mengajak berfikir (Suheri, 2018). Dialogis yang digunakan Gus Baha terlihat di mana ia berinteraksi dengan audiens, baik secara langsung maupun secara implisit. Dalam ceramah-ceramahnya, Gus Baha sering kali mengajukan pertanyaan-pertanyaan retorik atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mungkin muncul di benak audiens. Meskipun audiens tidak selalu

merespons secara verbal, gaya dialogis ini menciptakan nuansa tanya jawab yang interaktif dan membuat ceramahnya terasa lebih hidup. Retorika dialogis Gus Baha juga terlihat ketika ia seakan-akan berbicara langsung dengan audiens, menyelami apa yang mungkin mereka pikirkan, dan memberikan jawaban atau penjelasan yang sesuai. Gaya ini memungkinkan audiens untuk merasa terlibat dalam ceramah, meskipun hanya mendengarkan. Hal ini membuat dakwah Gus Baha lebih interaktif, meskipun ia berada dalam situasi monolog.

- c. Selain retorika monologis dan dialogis, Gus Baha juga sesekali menggunakan retorika pembinaan, meskipun tidak seintensif dua gaya retorika lainnya. Retorika pembinaan digunakan ketika Gus Baha membahas aspek-aspek pengembangan spiritual dan moral audiensnya (Musliadi & Wahyudi, 2023). Dalam momen-momen ini, Gus Baha menekankan pentingnya pembinaan diri, memperbaiki akhlak, dan mengembangkan keimanan secara mendalam. Gaya ini lebih fokus pada nasihat dan dorongan untuk perbaikan diri, yang sering kali disampaikan dengan penuh kelembutan dan kasih sayang, tanpa terkesan menggurui.

2. Gaya Bahasa

Gaya bahasa adalah elemen penting dalam gaya komunikasi dakwah, karena melalui pilihan bahasa, seorang dai dapat menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan cara yang lebih menggugah, menyentuh, dan mudah diingat oleh audiens (PEDIA & ZAHIR, 2024). Gus Baha, sebagai seorang pendakwah yang dikenal luas, menggunakan beragam gaya bahasa dalam ceramahnya untuk memastikan pesan-pesan yang disampaikannya tidak hanya didengar, tetapi juga dipahami dan diresapi oleh para pendengar. Satu gaya bahasa yang sering digunakan oleh Gus Baha adalah gaya bahasa ironi. Kemudian Gus Baha juga menggunakan beberapa gaya Bahasa seperti Klimaks, Paralelisme, Repetisi, Hiperbola, Sinisme, dan juga Humor.

Gaya bahasa ironi yakni gaya Bahasa yang menyoroti kontradiksi antara apa yang diharapkan dengan apa yang terjadi dalam kenyataan (Fiirum & Syahri, 2023). Gus Baha menggunakan ironi untuk menyoroti ketidaksesuaian antara perilaku manusia dan ajaran agama. Melalui ironi, beliau sering kali mengungkapkan realitas yang kontradiktif dengan cara yang halus tetapi mengena, sehingga audiens tersadar akan pentingnya memperbaiki diri. Misalnya, ketika membahas tentang perilaku ujub (rasa bangga diri) dalam ibadah, Gus Baha bisa menggunakan ironi untuk menunjukkan betapa seseorang yang tampak saleh justru bisa tergelincir dalam kesombongan. Dengan gaya yang lembut namun penuh sindiran, Gus Baha membuat audiens menyadari kesalahan tersebut tanpa merasa dihukum atau dihakimi, melainkan merasa terdorong untuk melakukan refleksi diri.

Selain itu, Gus Baha juga memanfaatkan klimaks untuk membangun argumentasi secara bertahap, dimulai dari ide sederhana hingga mencapai kesimpulan yang mendalam (Sulistiyani, 2022). Pola ini

memudahkan audiens untuk mengikuti alur pikirannya, seperti ketika menjelaskan hubungan antara wirid, ikhlas, dan ketenangan hati. Paralelisme sering digunakan untuk membandingkan dua situasi yang bertentangan, seperti bergantung pada manusia versus bergantung pada Allah. Perbandingan ini membantu audiens memahami mana pilihan yang lebih baik dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam ceramahnya, Gus Baha juga kerap mengulang pesan penting melalui repetisi untuk mempertegas poin yang ingin disampaikan (Prasetyo & Nurhayati, 2021). Pengulangan ini membantu audiens untuk lebih mudah mengingat pesan inti, seperti pentingnya selalu mengingat Allah dalam segala situasi. Gaya bahasa hiperbola sering digunakan untuk menekankan betapa besar perubahan yang bisa terjadi dalam hidup seseorang berkat kuasa Allah (Maulida et al., 2022). Dengan menggambarkan perubahan drastis seperti seseorang yang tadinya penuh dosa menjadi taat, Gus Baha memberikan inspirasi kepada audiens bahwa tidak ada hal yang mustahil bagi Allah. Kadang, Gus Baha menyelipkan sinisme untuk mengkritik kebiasaan negatif manusia secara halus, terutama yang berkaitan dengan rasa syukur atau ketergantungan pada amal sendiri. Namun, kritik ini disampaikan dengan bijaksana sehingga lebih memotivasi daripada menyudutkan.

Meskipun ceramah Gus Baha sering kali serius dan mendalam, beliau juga memiliki kemampuan untuk menyelipkan humor pada momen-momen tertentu, terutama di antara segmen-segmen yang lebih berat. Misalnya, pada ceramah yang membahas tentang ujub dan ikhlas, Gus Baha dengan cerdas menyisipkan humor di antara segmen 1, 2, 3 dan 4, yang berfungsi untuk mengendurkan suasana dan memberikan jeda emosional bagi audiens. Humor ini tidak hanya berfungsi sebagai penyegar suasana, tetapi juga sebagai alat untuk menarik kembali perhatian audiens yang mungkin merasa lelah setelah mendengarkan pembahasan yang Panjang (Rakhman & Pristiwati, 2015). Dengan humor yang tidak berlebihan, Gus Baha mampu membuat audiensnya tetap terlibat, sekaligus memberikan kesempatan bagi mereka untuk merenungkan pesan yang baru saja disampaikan.

Pada ceramah ini, Gus Baha membahas tema-tema besar seperti ujub (rasa bangga diri) dan ikhlas dalam beribadah. Dengan gaya bahasanya yang mendalam, beliau memberikan contoh-contoh praktis tentang bagaimana mengatasi ujub dengan terus mengingat kebesaran Allah. Ujub, menurut Gus Baha, dapat diatasi dengan menumbuhkan kesadaran bahwa segala sesuatu yang kita lakukan adalah karena kuasa Allah, bukan karena kehebatan diri sendiri. Selain itu, Gus Baha juga menjelaskan bahwa ikhlas dapat dicapai melalui pengingatan yang terus-menerus kepada Allah. Dalam nasihat spiritual yang disampaikannya, Gus Baha mendorong audiens untuk selalu menyadari kehadiran Allah dalam setiap perbuatan, baik besar maupun kecil. Dengan begitu, ibadah yang dilakukan akan murni karena Allah semata, bukan untuk pujian atau pengakuan dari manusia.

B. Penerapan Pendekatan Persuasif Dan Logis Dalam Gaya Komunikasi Dakwah Gus Baha Di Kanal Youtube Pengajian Gus Baha

Temuan ini dikelompokkan ke dalam elemen-elemen utama dalam teori Yale, yang masing-masing berperan penting dalam meningkatkan efektivitas ceramah.

1. Kredibilitas Sumber

Gus Baha memiliki kredibilitas tinggi sebagai seorang ulama Nandlatul Ulama (NU) muda yang ahli dalam tafsir Al-Qur'an dan Hadis. Kredibilitasnya terbukti melalui reputasi yang telah diakui oleh berbagai kalangan keagamaan, baik secara nasional maupun internasional. Dalam ceramah edisi 4 April 2024, Gus Baha sering mengutip referensi dari kitab-kitab klasik untuk mendukung argumennya, seperti Tafsir Mafatih al-Ghaib karya Imam Fakhruddin ar-Razi, Kitab Hikam, serta menyebutkan pemikiran Imam Al-'Allamah Al-Hafizh Jalaluddin As-Suyuthi sebagai pakar hadis. Contoh kutipan tersebut terlihat ketika Gus Baha menjelaskan konsep ikhlas dan hakikat dalam beramal dengan mengacu pada kitab-kitab tersebut.

Kredibilitas Gus Baha tidak hanya terbentuk melalui referensi ilmiah, tetapi juga melalui pengakuan formal, seperti penghargaan "Santri of The Year 2022" dalam kategori dakwah, serta popularitasnya di media sosial (Marzuki, 2022). Dengan jumlah pengikut yang besar di Youtube, Gus Baha diakui sebagai dai dengan pengaruh yang luas, dan kepercayaan audiens terhadapnya memperkuat daya persuasif ceramahnya.

2. Identifikasi dan Efektivitas Pesan Utama

Pesan utama dalam ceramah Gus Baha edisi 4 April 2024 berkisar pada tiga tema besar, pentingnya ikhlas dalam ibadah, rezeki sebagai titipan Allah, dan pemahaman spiritual dalam menghadapi ujian hidup. Gus Baha mengidentifikasi masalah ketidakpuasan manusia dalam hal rezeki dan menunjukkan bagaimana pemahaman yang salah tentang rezeki dapat menghambat kebahagiaan spiritual. Dalam ceramahnya, Gus Baha menyampaikan bahwa ikhlas adalah kunci dalam beramal dan bahwa rezeki merupakan titipan dari Allah yang harus disikapi dengan rasa syukur dan tawakal.

Contoh pesan utama ini dapat ditemukan dalam penjelasan Gus Baha tentang bahaya ujub (rasa bangga diri), di mana beliau menekankan bahwa kebesaran Allah harus selalu diakui agar manusia tidak terjebak dalam ujub. Selain itu, Gus Baha memberikan solusi spiritual yang praktis dalam mencapai ikhlas, dengan mengingatkan audiens untuk selalu kembali kepada Allah dalam setiap ujian hidup. Pesan-pesan ini efektif, terbukti dari tingginya jumlah penonton (237.865 kali tayang) dan jumlah "suka" yang mencapai 2,4 ribu (Baha, 2019).

3. Pengaruh terhadap Audiens (Reaksi Viewer)

Reaksi audiens terhadap ceramah Gus Baha sangat positif, dengan banyak komentar yang menunjukkan bahwa ceramah ini menginspirasi mereka untuk meningkatkan kualitas hidup spiritual mereka. Audiens merasa termotivasi untuk lebih ikhlas dalam menjalankan ajaran agama setelah

mendengarkan nasihat Gus Baha. Beberapa komentar mencerminkan inspirasi dan refleksi pribadi dari audiens, seperti (PengajianGusBaha, 2019):

@suciptocipto4983: "Alhamdulillah kita semoga bisa mengikuti ajaran yg di sampaikan Gus Baha."

@KenZi-q6z: "Alhamdulillah, aku selalu di sayang Allah, selalu cukup. Kuncinya jangan putus asa, tetap usaha di jalan Allah."

Selain itu, komentar lainnya menunjukkan aksi nyata yang dilakukan oleh audiens setelah mendengarkan ceramah:

@kafi_kh: "nderek izin ngaji malam 25, mugi sedanten diparingi berkah. Amiin."

@evritaemi3809: "Assalamualaikum nderek ngaos Gus...nyimak ulang malang hadir. Mugi menambah ilmu yg bermanfaat berkah barokha...amin."

Ceramah ini tidak hanya memberikan wawasan, tetapi juga memotivasi audiens untuk merenungkan hidup mereka dan mengamalkan pesan-pesan yang disampaikan.

4. Konteks dan Media (Platform Youtube)

Gus Baha memanfaatkan platform Youtube sebagai media utama untuk menyebarkan dakwahnya. Melalui Youtube, ceramah-ceramah Gus Baha tidak hanya bisa diakses oleh audiens di Indonesia, tetapi juga oleh penonton dari berbagai belahan dunia. Hal ini meningkatkan jangkauan dakwah beliau secara signifikan.

Ceramah edisi 4 April 2024 diunggah di kanal Pengajian Gus Baha dan berhasil menarik perhatian 237.865 penonton, dengan ribuan komentar yang aktif memberikan tanggapan dan dukungan. Video-video lain yang diunggah di kanal tersebut juga sering kali mendapatkan ratusan ribu hingga jutaan penonton, seperti video berjudul "NIKMATI HIDUPMU, JANGAN NELONGSO!" yang ditonton lebih dari 1,1 juta kali (Ngaji Gus Baha82, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa platform Youtube telah memberikan Gus Baha akses yang luas untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat, meningkatkan efektivitas pesan dakwah yang disampaikan

PENUTUP

Simpulan

Gaya komunikasi dakwah Gus Baha di kanal Youtube 'Pengajian Gus Baha' memiliki karakteristik yang unik dan efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada audiens. Berdasarkan analisis isi ceramah, ditemukan bahwa Gus Baha cenderung menggunakan gaya retorika monologis dan dialogis secara dominan, dengan penyampaian yang lugas dan mudah dipahami. Dalam penggunaan bahasa, Gus Baha sering memanfaatkan ironi serta unsur-unsur gaya bahasa seperti klimaks, paralelisme, repetisi, hiperbola, dan sinisme. Gaya ini memberikan sentuhan yang mampu menyadarkan audiens

tentang perilaku mereka dalam perspektif agama. Selain itu, humor juga sering diselipkan, terutama saat membahas tema berat seperti ujub dan ikhlas, sehingga suasana ceramah menjadi lebih ringan tanpa mengurangi keseriusan pesan yang disampaikan.

Selanjutnya, berdasarkan pendekatan persuasif teori Yale, Gus Baha memiliki kredibilitas tinggi sebagai ulama, ditunjang oleh penguasaan kitab-kitab klasik dan pengakuan luas dari masyarakat serta institusi keagamaan. Kredibilitas ini memperkuat pesan-pesannya yang berfokus pada pentingnya ikhlas dan rezeki sebagai titipan Allah. Pesan-pesan ini diterima baik oleh audiens, yang terlihat dari respons positif dalam bentuk komentar reflektif dan dorongan untuk beramal Melalui platform Youtube, Gus Baha berhasil memperluas jangkauan dakwahnya, memanfaatkan media digital untuk mencapai audiens yang lebih luas. Fleksibilitas platform ini memungkinkan audiens untuk mengakses ceramah kapan saja, dan interaksi audiens yang tinggi menunjukkan bahwa pendekatan persuasif Gus Baha efektif dalam membangun koneksi dan memotivasi audiens.

Secara keseluruhan, Gus Baha menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang sederhana namun mendalam serta efektif, didukung oleh penggunaan pendekatan persuasif yang logis dan kredible. Dalam gaya komunikasinya, mampu menjangkau berbagai lapisan audiens dan membawa dampak positif dalam kehidupan spiritual audiens.

Saran

Penelitian ini sebaiknya dilanjutkan dengan analisis lebih mendalam tentang dampak jangka panjang dari dakwah Gus Baha terhadap perubahan perilaku sosial, terutama dalam aspek etika, moral, dan kehidupan sehari-hari audiens. Peneliti juga dapat membandingkan gaya komunikasi Gus Baha dengan tokoh dakwah lainnya yang memanfaatkan media sosial untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Lebih lanjut, platform media sosial lain, seperti Instagram, TikTok, atau podcast, bisa dijadikan media untuk menyebarkan pesan dakwah Gus Baha dengan cara yang lebih ringkas dan variatif, yang mungkin lebih cocok untuk audiens yang lebih muda atau audiens dengan waktu terbatas.

Mengingat pengaruh besar dari interaksi audiens di platform digital, kanal YouTube Gus Baha bisa semakin memanfaatkan kolom komentar dan fitur live chat untuk mendorong diskusi lebih intens dan memungkinkan audiens untuk bertanya langsung kepada Gus Baha. Hal ini bisa membantu audiens merasa lebih terlibat dan lebih memahami materi yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

Aria W. Yudhistira. (2024). *Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia*. Katadata.Co.Id.

Baha, P. G. (2019). *Pengajian Gus Baha - @PengajianGusBaha*. Youtube.

Diasti, K. (2021). Faktor-faktor pendukung dan penghambat belajar dalam jaringan (daring). *Jurnal*

- Pendidikan Islam Al-Affan*, 1(2), 151–162.
- Fiarum, F. A. K., & Syahri, M. (2023). Strategi Roasting Kiky Saputri terhadap Petinggi Negara. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 9(2), 780–794.
- Gallez, E., & Reynders, A. (2015). Court interpreting and classical rhetoric: Ethos in interpreter-mediated monological discourse. *Interpreting*, 17(1), 64–90.
- Ilmu Islam. (2024). *Kumpulan Hadits - Ilmu Islam*. IlmuIslam.Id.
- Irfan, M. (2019). Gaya Komunikasi dan Retorika Dakwah TGKH. Muhammad Zainul Majdi dalam Pengajian Hultah NWDI KE-70-80 di Pancor, Lombok Timur. *Bahasa: Jurnal Keilmuan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(3), 204–2019. <https://doi.org/10.26499/bahasa.v1i3.9>
- Iskandar, A., Fitriani, R., Ida, N., & Sitompul, P. H. S. (2023). *Dasar metode penelitian*. Yayasan Cendekiawan Inovasi Digital Indonesia.
- Iskandar, A., & Habibi, M. (2022). Gaya Komunikasi Dakwah Habib Jafar di Media Sosial (Studi Akun Instagram @husein_hadar). *Jurnal Kemuhmadiyah Dan Integrasi Ilmu*, 1(1), 33–37. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JKII/article/view/17675>
- M Alfian, N. A. (2020). *PESAN DAKWAH TENTANG AKHLAK DALAM CERAMAH KH. AHMAD BAHAUDDIN NURSALIM GUS BAHU DAN USTADZ ADI HIDAYAT (UAH) DI CHANNEL YOUTUBE (ANALISIS HERMENEUTIKA HANS GEORG GADAMER)*. IAIN Purwokerto.
- Maharani Shifana, Hadar, A. L., Ustadz, D., Di, A. S., Skripsi, Y., Gelar, G. M., Sosial, S., Sos, S., Komunikasi, J., Islam, P., Kpi, (, Konsentrasi,), & Dakwah, T. (2022). *Perbandingan Gaya Retorika Dakwah Habib*.
- Marzuki, K. (2022). *Gus Baha Dianugerahi Santri of The Year 2022, Berikut Daftar Lengkap Nominasinya*. INewsJateng. <https://jateng.inews.id/berita/gus-baha-dianugerahi-santri-of-the-year-2022-berikut-daftar-lengkap-nominasinya>
- Maulida, N. J., Intiana, S. R. H., & Khairussibyan, M. (2022). Analisis Gaya Bahasa Novel Badai Matahari Andalusia Karya Hary El-Parsia. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(4), 2261–2269.
- Muhazir, A., & Sos, S. (2021). *Komunikasi Politik: Demokrasi, Media Massa, dan Pemilihan Umum di Indonesia* (Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Musliadi, M., & Wahyudi, R. F. (2023). Retorika Dakwah di kelurahan Tassililu kec. Sinjai Barat Dalam Mencegah Radikalisme. *INKAMKU: Journal of Community Service*, 2(2), 28–34.
- Musthofa, Q. (2022). Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) dan Pengaruhnya pada Generasi Milenial. *Musala: Jurnal Pesantren Dan Kebudayaan Islam Nusantara*, 1(1), 79–90.
- Nabila, W. M., Fadhilatunnisa, S., & Suryandari, M. (2024). Sejarah Dan Perkembangan Public Speaking Dalam Komunikasi Dakwah. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 2(2), 36–47.
- Ngaji Gus Baha82. (2023). *Gus Baha, Nikmati Hidupmu, Jangan Nelongso*. NgajiGusBaha82. <https://www.youtube.com/watch?v=uJeMTOuBzLw&t=105s>
- PEDIA, D., & ZAHIR, D. A. N. (2024). *GAYA KOMUNIKASI DAKWAH NING UMI LAILA PADA YOUTUBE CHANNEL NING UMI LAILA*.

-
- PengajianGusBaha. (2019). *Pengajian Gus Baha - @PengajianGusBaha*. Pengajian Gus Baha. <https://www.youtube.com/>
- Prasetyo, A. B., & Nurhayati, E. (2021). FUNGSI DAN MAKNA REPETISI DALAM ANTOLOGI PUISI MERUPA TANAH DI UJUNG TIMUR JAWA. *Mlangun: Jurnal Ilmiah Kebahasaan Dan Kesastraan*, 18(1), 39–50.
- Rakhman, F., & Pristiwati, R. (2015). *Kepewaraan di perguruan tinggi*. Penerbit Andi.
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1).
- Setiawan Bambang dan Ahmad Muntaha. (2005). *Metode Penelitian Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Siti Fatimah Azzahra, R. M. M. (2024). GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS PADA CHANNEL YOUTUBE. *Apektra Komunika*, 3(1), 50–71.
- Soleh Soemirat, A. S. (2023). *Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.
- Suheri, S. (2018). Peran Komunikasi Publik Dalam Menyampaikan Dakwah Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media*, 1(2).
- Sulistiyani, H. (2022). *Buku Sakti Berbicara: Bagaimana Membangun Komunikasi yang Efektif kepada Siapa Saja dalam Setiap Situasi*. Anak Hebat Indonesia.
- tempo.co. (2019). *Dianggap Kuno, Dakwah Masjid Mulai Ditinggalkan Milenial Indonesia*. Tempo.Co.
- Widiastuti, A. (2021). *Komunikasi Persuasif KOMunitas Solo International Performing Art (SIPA) terhadap Volunteer*.