

Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Adi Hidayat Di Media Sosial Instagram

Nur Azizah¹, La Ode M. Nasir², Hasdi Syahid Kasim³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan politik, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

e-mail: Nurazizahkml@gmail.com¹, hasdisyahidkasim@gmail.com²,
nasirantv@yahoo.com³

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola penyampaian dakwah menjadi lebih cepat, luas, dan interaktif. Instagram menjadi salah satu platform yang banyak dimanfaatkan oleh para pendakwah untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ustaz Adi Hidayat dalam konten dakwah pada media sosial Instagram. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi. Data penelitian diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap sejumlah konten video dakwah yang diunggah pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori gaya komunikasi yang dikemukakan oleh Kreitner dan Kinicki yang mengelompokkan gaya komunikasi ke dalam tiga kategori, yaitu asertif, agresif, dan pasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang paling dominan digunakan oleh Ustaz Adi Hidayat adalah gaya komunikasi asertif. Gaya tersebut terlihat dari penggunaan bahasa yang jelas, tegas, santun, serta didukung argumentasi yang kuat berdasarkan Al-Qur'an dan hadis. Selain itu, unsur nonverbal seperti kontak mata yang baik, intonasi suara yang stabil, ekspresi yang tenang, dan gerakan tubuh yang mendukung penyampaian pesan turut memperkuat karakter komunikasinya. Sementara itu, unsur komunikasi agresif dan pasif ditemukan dalam jumlah yang sangat terbatas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya komunikasi asertif menjadi faktor penting yang mendukung efektivitas dakwah Ustaz Adi Hidayat sehingga pesan keagamaan dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan masyarakat di media sosial.

Kata Kunci: *Gaya Komunikasi, Dakwah Digital, Instagram, Ustaz Adi Hidayat, Komunikasi Asertif*

Abstract

The development of social media has transformed the way religious messages are delivered, making them faster, broader, and more interactive. Instagram has become one of the most widely used platforms for Islamic preaching, allowing preachers to reach diverse audiences effectively. This study aimed to analyze the preaching communication style employed by Ustaz

Adi Hidayat on Instagram. A descriptive qualitative method with a content analysis approach was applied in this research. The data were collected through observation and documentation of preaching videos uploaded on the Instagram account @kajianustadzadihidayat.lc. The analysis was conducted using the communication style theory proposed by Kreitner and Kinicki, which classifies communication styles into assertive, aggressive, and passive categories. The findings show that the dominant communication style used by Ustaz Adi Hidayat is the assertive style. This style is reflected in his clear, firm, and respectful language, supported by strong arguments based on the Qur'an and Hadith. In addition, nonverbal elements such as consistent eye contact, stable voice intonation, calm facial expressions, and supportive body movements strengthen the effectiveness of his message delivery. Aggressive and passive communication styles appear only in a very limited manner. The study concludes that the assertive communication style plays a significant role in enhancing the effectiveness of Ustaz Adi Hidayat's preaching, enabling religious messages to be understood and accepted by various segments of society through social media platforms.

Keywords : Communication Style, Digital Preaching, Instagram, Ustaz Adi Hidayat, Assertive Communication

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara memperoleh dan menyebarkan informasi keagamaan. Kehadiran media sosial tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial, tetapi juga berkembang sebagai media edukasi, penyebaran informasi, serta penyampaian pesan-pesan dakwah. Salah satu platform yang banyak digunakan masyarakat saat ini adalah Instagram. Melalui berbagai fitur yang tersedia, seperti reels, video, gambar, dan siaran langsung, Instagram memungkinkan penyampaian pesan keagamaan secara cepat dan menjangkau khalayak yang lebih luas tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Fenomena dakwah digital menunjukkan bahwa aktivitas dakwah tidak lagi hanya dilakukan secara tatap muka melalui majelis ilmu, masjid, atau forum keagamaan, tetapi juga melalui media sosial. Kondisi ini mendorong para pendakwah untuk mampu menyesuaikan metode dan pola komunikasi dengan karakteristik media digital agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Keberhasilan dakwah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga dipengaruhi oleh cara penyampaian pesan tersebut. Oleh karena itu, gaya komunikasi menjadi aspek penting yang menentukan efektivitas proses dakwah.

Salah satu pendakwah yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah adalah Ustaz Adi Hidayat. Beliau dikenal sebagai dai yang memiliki kemampuan menjelaskan materi keislaman secara sistematis, argumentatif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Popularitasnya di media sosial menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan mampu menarik perhatian audiens sekaligus memudahkan pemahaman terhadap pesan-pesan keagamaan yang disampaikan. Konten dakwah Ustaz Adi Hidayat yang tersebar

melalui Instagram memperoleh respons positif dari masyarakat dan menjadi rujukan bagi banyak pengguna media sosial dalam memperdalam pengetahuan agama.

Dalam kajian komunikasi, gaya komunikasi merupakan pola perilaku yang digunakan seseorang dalam menyampaikan pesan kepada orang lain. Kreitner dan Kinicki mengelompokkan gaya komunikasi ke dalam tiga kategori utama, yaitu gaya asertif, agresif, dan pasif. Ketiga gaya tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dalam penyampaian pesan, baik dari aspek verbal maupun nonverbal. Teori ini relevan digunakan untuk mengkaji bagaimana seorang pendakwah membangun komunikasi yang efektif sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima oleh audiens secara optimal.

Permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah bagaimana gaya komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ustaz Adi Hidayat pada media sosial Instagram serta gaya komunikasi apa yang paling dominan ditampilkan dalam penyampaian dakwahnya. Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis isi terhadap konten dakwah yang diunggah pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc. Analisis dilakukan berdasarkan indikator gaya komunikasi asertif, agresif, dan pasif yang dikemukakan oleh Kreitner dan Kinicki.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi dakwah Ustaz Adi Hidayat di media sosial Instagram serta mengidentifikasi bentuk gaya komunikasi yang paling dominan digunakan dalam penyampaian pesan dakwah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi (content analysis). Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji dan mendeskripsikan gaya komunikasi dakwah yang ditampilkan oleh Ustaz Adi Hidayat melalui media sosial Instagram. Penelitian dilaksanakan pada Januari hingga Februari 2026 dengan objek penelitian berupa konten dakwah yang diunggah pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari video dakwah yang diunggah melalui fitur reels pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc. Data tersebut digunakan untuk mengidentifikasi pola komunikasi verbal dan nonverbal yang ditampilkan dalam penyampaian pesan dakwah. Adapun data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, serta berbagai referensi yang relevan dengan komunikasi dakwah, media sosial, dan teori gaya komunikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung konten dakwah yang menjadi objek penelitian untuk memperoleh data mengenai penggunaan bahasa, penyampaian pesan, intonasi suara, ekspresi wajah, kontak mata, dan gerakan tubuh. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan, mencatat, dan mengarsipkan konten yang relevan sebagai bahan analisis.

Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan pengumpulan data, pengelompokan data, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teori gaya komunikasi Kreitner dan Kinicki yang mengklasifikasikan gaya komunikasi ke dalam tiga kategori, yaitu gaya asertif, agresif, dan pasif. Untuk menjamin

keabsahan data, penelitian menerapkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data sehingga hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis gaya komunikasi dakwah Ustaz Adi Hidayat pada akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc melalui sepuluh konten reels yang diunggah dalam rentang Januari–Februari 2026. Analisis dilakukan menggunakan teori gaya komunikasi Kreitner dan Kinicki yang mengelompokkan gaya komunikasi ke dalam tiga kategori, yaitu asertif, agresif, dan pasif.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Adi Hidayat di Instagram

Gaya Komunikasi	Hasil Temuan
Asertif	Ditemukan pada hampir seluruh konten dakwah yang dianalisis. Ditandai dengan penyampaian pesan yang jelas, lugas, menggunakan dalil Al-Qur'an dan hadis, serta didukung kontak mata yang stabil, intonasi yang tenang, dan gestur tubuh yang terbuka.
Agresif	Ditemukan dalam jumlah terbatas pada konten "Siapkan Bekal Sebelum Wafat". Ditandai dengan penggunaan kalimat yang bernada peringatan keras, penekanan verbal yang kuat, serta intonasi yang lebih tinggi dibandingkan konten lainnya.
Pasif	Tidak ditemukan dalam seluruh konten yang dianalisis. Ustaz Adi Hidayat secara konsisten menunjukkan keyakinan, ketegasan, dan kejelasan dalam menyampaikan pesan dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi asertif merupakan gaya yang paling dominan digunakan oleh Ustaz Adi Hidayat. Pada konten “Jangan Tinggalkan Salat”, “Tiga Amalan Penutup Ramadan Penuh Makna”, “Keutamaan Bulan Ramadan”, “Zikir Penggugur Dosa”, “Cara Mendapatkan Ridho Allah Saat Salat”, “Tidak Ada Orang Hidup Tanpa Masalah”, “Fadhilah Berbakti Kepada Kedua Orang Tua”, dan “Kemuliaan Orang Bertaubat”, pesan disampaikan secara langsung, jelas, dan disertai argumentasi yang kuat berdasarkan dalil keagamaan. Selain aspek verbal, unsur nonverbal juga memperkuat penyampaian pesan. Ustaz Adi Hidayat terlihat mempertahankan kontak mata yang stabil, menggunakan gerakan tangan untuk memperjelas makna pesan, menjaga postur tubuh yang tegak, serta menggunakan intonasi suara yang terkontrol sehingga materi dakwah mudah dipahami oleh audiens.

Sementara itu, gaya komunikasi agresif hanya ditemukan pada sebagian kecil isi dakwah, khususnya ketika membahas pentingnya persiapan menghadapi kematian. Dalam konteks tersebut terdapat penggunaan kalimat yang lebih tegas dan bernada peringatan. Adapun gaya komunikasi pasif tidak ditemukan karena seluruh materi disampaikan dengan keyakinan, kejelasan, dan ketegasan argumentasi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Ustaz Adi Hidayat didominasi oleh gaya komunikasi asertif. Menurut Kreitner dan Kinicki, gaya komunikasi asertif ditandai oleh kemampuan menyampaikan pendapat secara tegas, jujur, dan terbuka tanpa mengabaikan hak atau perasaan orang lain. Karakteristik tersebut tampak pada cara Ustaz Adi Hidayat menyampaikan materi dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami, argumentasi yang logis, serta penggunaan dalil sebagai dasar penjelasan.

Dominasi gaya asertif terlihat dari konsistensi penyampaian pesan yang berorientasi pada pemberian pemahaman dan solusi kepada jamaah. Pada berbagai konten yang dianalisis, Ustaz Adi Hidayat tidak hanya menyampaikan perintah atau larangan, tetapi juga memberikan alasan, penjelasan, serta landasan keagamaan yang mendukung pesan dakwah. Pendekatan ini memungkinkan audiens menerima pesan secara rasional sekaligus emosional.

Dari aspek nonverbal, hasil penelitian menunjukkan bahwa kontak mata yang stabil, ekspresi wajah yang tenang, gestur tangan yang terbuka, dan intonasi yang terkontrol menjadi faktor pendukung efektivitas komunikasi dakwah. Unsur-unsur tersebut menciptakan suasana komunikasi yang nyaman sehingga jamaah merasa dihargai dan lebih mudah memahami pesan yang disampaikan.

Gaya komunikasi agresif ditemukan dalam intensitas yang sangat rendah dan bersifat situasional. Penggunaan kalimat yang lebih keras muncul ketika membahas tema-tema yang berkaitan dengan kematian, dosa, dan persiapan akhirat. Namun demikian, penggunaan gaya tersebut tidak bertujuan merendahkan audiens, melainkan sebagai bentuk penegasan agar pesan dakwah memiliki daya dorong yang lebih kuat terhadap perubahan perilaku.

Tidak ditemukannya gaya komunikasi pasif menunjukkan bahwa Ustaz Adi Hidayat memiliki tingkat kepercayaan diri dan penguasaan materi yang tinggi. Setiap pesan disampaikan secara sistematis, berbasis referensi yang jelas, dan tidak menunjukkan keraguan dalam menjelaskan ajaran agama. Kondisi ini memperkuat posisi beliau sebagai komunikator dakwah yang memiliki kredibilitas dan otoritas keilmuan yang baik.

Berdasarkan hasil penelitian, efektivitas dakwah Ustaz Adi Hidayat di media sosial Instagram didukung oleh kemampuan mengombinasikan pesan verbal yang kuat dengan komunikasi nonverbal yang positif. Dominasi gaya komunikasi asertif menjadikan pesan dakwah tidak hanya informatif, tetapi juga persuasif dan mudah diterima oleh berbagai kalangan masyarakat. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam menyampaikan pesan secara efektif dan humanis.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi dakwah Ustaz Adi Hidayat di Instagram didominasi oleh gaya komunikasi asertif yang ditandai dengan penyampaian pesan secara jelas, tegas, berbasis dalil, serta didukung komunikasi nonverbal yang tenang dan terbuka. Gaya agresif hanya muncul dalam konteks tertentu sebagai bentuk penegasan pesan, sedangkan gaya pasif tidak ditemukan. Disarankan agar para pendakwah memanfaatkan gaya komunikasi asertif dalam media sosial untuk meningkatkan efektivitas penyampaian dakwah. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji respons audiens terhadap gaya komunikasi dakwah digital guna memperkaya kajian komunikasi Islam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta motivasi selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada dosen pembimbing I Bapak La Ode M. Nasir, S.Ag., M.I.Kom dan dosen pembimbing II Bapak Hasdi Syahid Kasim, S.IP.,M.A.P yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan civitas akademika Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan dukungan akademik selama masa perkuliahan. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada pengelola akun Instagram @kajianustadzadihidayat.lc yang menjadi sumber data penelitian, serta kepada semua pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penyelesaian penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, S. (2023). Tantangan Konten Dakwah Simplistik Di Instagram: Analisis Kesenjangan Antara Pengetahuan Dan Pemahaman Kontekstual Remaja. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 12(2), 110–125.
- Aisyah, R. (2023). *Buku Ajar Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam: Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*. CV Media Nusa Creative.
- Anandari, A. (2025). *Digitalisasi Konten Dakwah Berbasis Media Sosial*. CV Global Aksara Pers.
- Amin, S. M. (2022). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Anwar, R. (2021). *Ustadz Adi Hidayat: Kisah Hidup Yang Fenomenal*. Laksana.

- Armayani, I., Dkk. (2021). Peran Instagram Terhadap Pengembangan Bisnis: Studi Literatur. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 112–128.
- Ball-Rokeach, S. J., & Defleur, M. L. (1976). A Dependency Model Of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.
- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th Ed.). Pearson Education.
- Dewi, P., & Agus, D. (2021). Analisis Perilaku Remaja Dalam Mengonsumsi Konten Agama Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(1), 45–60.
- Dirgantari, A. S. (2024). *Dasar-Dasar Komunikasi*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Dian, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Yahya Zainul Maarif Di Kanal Youtube Al Bahjah TV. *Jurnal Komunikasi*, 2.
- Fajriyah, I. (2024). Gaya Komunikasi Ustadzah Halimah Alaydrus Di Media Sosial Instagram (Studi Pada Akun Instagram @Halimahalaydrus). Skripsi. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Fauzi, R. R., & Lestari, Y. (2022). Efektivitas Konten Dakwah Digital Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa Di Kota Besar. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 7(1), 45–60.
- Febinurrahmi. (2020). Effectiveness Of Da'wah Through Instagram. *Journal Of Islamic Communication Studies*, 5(1), 25–39.
- Herlina. (2023). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Basya Media Utama.
- Hidayat, D. (2025). *Komunikasi Massa Dan Media Digital*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Humaizi. (2024). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa*. CV Qiara Media.
- Kinicki, A. (2016). *Organizational Behavior: A Practical, Problem-Solving Approach*. Mcgraw-Hill Education.
- Kinicki, A., & Fugate, M. (2024). *Organizational Behavior: A Practical, Problem-Solving Approach* (4th Ed.). Mcgraw-Hill Education.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2013). *Perilaku Organisasi* (Edisi Ke-9). Salemba Empat.
- Latifah, F. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Informasi Penyebaran Dakwah. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(1), 55–68.
- Maarif, B. S. (2021). *Riset Komunikasi Dakwah: Orientasi Dan Temuan*. Simbiosis Rekatama Media.
- Mubarak, M. S. (2022). Efektivitas Pesan Dan Efek Komunikasi Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 45–60.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mustomi. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Sosial*, 8(2), 78–90.
- Najwa, U. R. (2025). Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mempengaruhi Generasi Muda Melalui Media Sosial. *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, 9(6), 112–124.
- Nurdin, A. (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. CV Mitra Media Nusantara.
- Nurulhidayatullah. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(1), 34–49.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif: Model Miles Dan Huberman. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 21(2), 17–23.

- Sahir, S. H. (2021). Metodologi Penelitian. KBM Indonesia.
- Santy Andrianie. (2021). Karakter Religius: Sebuah Tantangan Dalam Menciptakan Media Pendidikan Berkarakter. CV Qiara Media.
- Statista. (2025). Distribution Of Instagram Users In Indonesia As Of 2025, By Gender. Statista Research Department.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Alfabeta.
- Taufik, M. T. (2020). Dakwah Era Digital: Sejarah, Metode Dan Perkembangan. Yayasan Islam Ta'limiyah Al-Ikhlas.
- Tsuria. (2021). Digital Media. In D. L. Merskin (Ed.), The SAGE International Encyclopedia Of Mass Media And Society. SAGE Publications.
- Yuliahmawati. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. Journal Of Social Humanities And Education, 3(1), 15–27.
- Yunita. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Irfan Rizki Haas Melalui Media Sosial Tiktok @Irfanrizkihaas. Skripsi. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Yusra, F. (2021). Dokumentasi Sebagai Sumber Data Penelitian. Jurnal Penelitian Sosial, 9(1), 55–63.