



# Dakwah yang Menggerakkan: Ustaz Abdul Somad dan Komunikasi Islam

Naufal Rifqi Nasution<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*[email.mahasiswa@mail.com](mailto:email.mahasiswa@mail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini tujuannya adalah untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah Ustaz Abdul Somad (UAS) melalui tiga pendekatan: komunikasi massa digital, komunikasi interpersonal, dan konstruktivisme dalam bingkai teori komunikasi Islam. Metode kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini **dengan pendekatan studi kasus**. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) penggunaan media digital seperti YouTube dan Instagram efektif menjangkau generasi Z dengan bahasa visual dan narasi singkat; (2) komunikasi Interpersonal UAS dalam ceramah tatap muka memperkuat daya terima pesan dakwah melalui kedekatan emosional; (3) pendekatan konstruktivisme memungkinkan jamaah membangun makna dakwah secara aktif. Secara umum, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi teori komunikasi Islam dalam dakwah UAS dapat menciptakan komunikasi yang bukan hanya informatif, tetapi juga transformatif dan menggerakkan audiens menuju perubahan perilaku keagamaan.

**Kata Kunci :** Dakwah, Ustaz Abdul Somad, Komunikasi Islam, Media Digital, Konstruktivisme

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the da'wah communication strategies of Ustaz Abdul Somad (UAS) through three approaches: digital mass communication, interpersonal communication, and constructivism within the framework of Islamic communication theory. This research uses a descriptive qualitative method with a case study approach. The findings show that (1) digital media platforms such as YouTube and Instagram are effective in reaching Generation Z through visual language and concise narratives; (2) UAS's interpersonal communication in face-to-face sermons strengthens the reception of da'wah messages through emotional closeness; (3) the constructivist approach allows audiences to actively construct the meaning of da'wah messages. Overall, this study reveals that integrating Islamic communication theory into UAS's da'wah results in communication that is not only informative but also transformative, inspiring behavioral change in religious practice.*

**Keywords :** *Da'wah, Ustaz Abdul Somad, Islamic Communication, Digital Media, Constructivism*

## PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas menyampaikan nilai-nilai Islam kepada khalayak atau orang banyak yang tujuannya adalah membina akidah, prilaku umat dan akhlak nya. Dengan perkembangan yang ada, dakwah tidak lagi terbatas hanya pada mimbar mesjid saja, tetapi diruang digital saat ini sudah digunakan oleh para pendakwah untuk menjangkau audiens lebih beragam dan luas lagi. Di era media sosial sekarang, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan. Oleh karenya, peran teori komunikasi Islam menjadi penting dalam menganalisis bagaimana pesan dakwah dikemas dan disampaikan secara efektif.

Fenomena Ustaz Abdul Somad (UAS) menjadi salah satu contoh yang menarik bagaimana strategi komunikasi dakwah dapat menggerakkan masyarakat luas. UAS dikenal karena kemampuannya menggabungkan bahasa religius dan budaya populer dalam penyampaian dakwahnya, baik itu secara langsung maupun melalui media digital. Kehadirannya di platform seperti YouTube dan Instagram menunjukkan transformasi komunikasi dakwah yang sebelumnya hanya bersifat tradisional, namun sekarang menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti dakwah UAS dari berbagai sudut pandang. Penelitian oleh Rahmawati dan Muhid (2019) yang judulnya “Komunikasi Dakwah Ustaz Abdul Somad di Media Sosial” menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan teori dakwah klasik. Hasilnya menunjukkan bahwa UAS memanfaatkan media sosial secara efektif dan berkala untuk menyampaikan pesan-pesan moral kepada audiens muda. Namun, penelitian ini belum membahas integrasi pendekatan komunikasi interpersonal dan konstruktivisme secara mendalam (B. Rahmawati & Muhid, 2019). Sementara itu, penelitian oleh Kurniawan (2020) dalam skripsinya yang berjudul “*Efektivitas Dakwah Digital di Era Milenial*” menggunakan teori agenda setting dan metode studi konten. Penelitian ini menemukan bahwa dakwah digital memiliki kelebihan dalam membangun opini publik, tetapi tidak menyoroti aspek emosi dan kedekatan dalam komunikasi dakwah tatap muka.

Selanjutnya, riset oleh Hardianti (2021) berjudul ‘*Pendekatan Konstruktivis dalam Komunikasi Dakwah Ustaz Hanan Attaki*’ menggunakan metode fenomenologi dan teori konstruktivisme. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa konstruksi makna dalam dakwah sangat dipengaruhi oleh gaya bahasa, analogi, dan kontekstualisasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Meskipun mendalam secara teoritik, penelitian ini tidak membandingkan dengan pendekatan komunikasi lainnya seperti komunikasi massa. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah yang belum banyak dibahas dalam kajian

sebelumnya, yaitu integrasi antara komunikasi massa digital, komunikasi interpersonal, dan konstruktivisme dalam kerangka teori komunikasi Islam pada fenomena dakwah Ustaz Abdul Somad (Hardianti, 2021).

Penelitian ini berlokasi pada aktivitas dakwah UAS yang dapat diamati melalui kanal YouTube resmi, akun Instagram, serta dokumentasi ceramah tatap muka di berbagai lokasi, khususnya di kampus-kampus dan masjid besar di Indonesia. Analisis akan difokuskan pada bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan dimaknai oleh audiens dalam tiga konteks berbeda: (1) komunikasi massa digital melalui media sosial dan kanal daring, (2) komunikasi interpersonal dalam forum dakwah tatap muka, dan (3) pendekatan konstruktivisme dalam membangun makna pesan dakwah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengajukan tiga pertanyaan penelitian utama: pertama, bagaimana pengaruh media massa digital terhadap pemahaman dan penerimaan pesan dakwah Ustaz Abdul Somad di kalangan generasi Z? Kedua, apa peran komunikasi interpersonal dalam ceramah tatap muka UAS dalam memperkuat efektivitas pesan dakwah? Ketiga, bagaimana pendekatan konstruktivisme yang digunakan oleh UAS membantu audiens membangun makna terhadap nilai-nilai dakwah?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi non-partisipatif terhadap konten ceramah digital, dokumentasi, dan analisis isi (content analysis). Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *islamic communication Theory*, yang menekankan pada nilai-nilai tauhid, akhlak, dan kemaslahatan dalam komunikasi, serta *constructivist of communication* yang menekankan bahwa makna dalam komunikasi dibangun secara aktif oleh komunikasi berdasarkan pengalaman dan konteks sosialnya. Pemilihan Ustaz Abdul Somad sebagai objek studi bukan hanya karena popularitasnya, tetapi karena kekonsistenannya dalam menyampaikan pesan dakwah yang tajam, aktual, dan kontekstual dengan gaya retoris yang khas. Dalam ceramah-ceramahnya, UAS kerap menggunakan analogi kehidupan sehari-hari, humor, serta referensi budaya populer untuk menarik perhatian audiens. Pendekatan ini relevan dengan prinsip dalam teori konstruktivisme bahwa komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang mampu menjembatani antara pengalaman personal audiens dengan pesan yang disampaikan (Muzayyana, 2020).

Selain itu, karakteristik komunikasi interpersonal UAS dalam forum tatap muka juga memberikan kontribusi signifikan terhadap penerimaan pesan dakwah. Ia cenderung membuka ruang dialog, menjawab pertanyaan secara langsung, dan menunjukkan empati terhadap kondisi audiens. Aspek ini penting karena dalam

konteks komunikasi Islam, dakwah bukan hanya proses penyampaian satu arah, tetapi juga interaksi yang menghidupkan pesan ilahiyyah dalam realitas sosial. Dengan demikian, dakwah menjadi pengalaman spiritual sekaligus sosial yang dapat menggerakkan perubahan perilaku. Dalam konteks media massa digital, UAS juga mampu melakukan adaptasi yang cerdas. Ia mengubah format ceramah panjang menjadi potongan pendek yang mudah disebarluaskan dan dikonsumsi oleh pengguna media sosial. Hal ini selaras dengan kebutuhan komunikasi digital modern yang menuntut efisiensi pesan dan kekuatan visual. Konten-konten tersebut secara tidak langsung membentuk konstruksi makna yang baru tentang religiusitas di era digital, yaitu religiusitas yang tidak terlepas dari identitas digital dan ruang interaksi virtual (Yunus et al., 2024).

Dengan menggabungkan ketiga pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai strategi komunikasi dakwah UAS. Penelitian ini juga berupaya memperkaya khazanah teori komunikasi Islam dalam konteks dakwah kontemporer yang bersifat dinamis, multidimensional, dan transformatif. Di tengah tantangan era digital, peran komunikasi yang efektif menjadi kunci dalam mempertahankan relevansi dakwah dan memperluas dampaknya dalam kehidupan masyarakat muslim.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Transformasi komunikasi keagamaan di era digital mendorong para dai untuk melakukan adaptasi strategi dakwah yang lebih kontekstual dengan kebutuhan audiens. Perubahan ini tidak hanya ditandai oleh perluasan ruang dakwah dari forum konvensional ke media sosial, tetapi juga oleh pergeseran pola komunikasi yang bersifat visual, interaktif, dan personal. Ustaz Abdul Somad (UAS) menjadi salah satu tokoh yang menonjol dalam lanskap ini. Melalui kanal YouTube, Instagram, dan berbagai platform digital lainnya, UAS mampu menjangkau lapisan masyarakat yang lebih luas, termasuk kalangan muda perkotaan. Penelitian Muzayyana (2020) menunjukkan bahwa keberhasilan UAS dalam media digital tidak semata terletak pada kuantitas konten, tetapi pada konsistensi gaya komunikasi yang ringan, tegas, dan dekat dengan keseharian audiensnya (Muzayyana, 2020). Hal ini sejalan dengan temuan Rosid (2020) yang menekankan bahwa penyampaian pesan dakwah melalui media sosial oleh UAS mencerminkan pemahaman yang kuat terhadap logika algoritma dan budaya digital masyarakat Indonesia .

Dakwah yang dilakukan UAS tidak hanya tersebar secara daring, tetapi juga memiliki dampak pada aktivitas tatap muka. Dalam beberapa dokumentasi kegiatan ceramah di masjid, kampus, maupun forum publik yang diakses secara terbuka, terlihat bahwa respons audiens terhadap pesan dakwah UAS sangat intensif, baik secara verbal maupun non-verbal. Keberhasilan menyentuh aspek

emosional audiens menjadi salah satu ciri utama efektivitas ceramahnya. Selain itu, penggunaan bahasa lokal, istilah populer, dan referensi aktual menjadi teknik retoris yang memperkuat kedekatan antara penceramah dan jamaah. Temuan ini juga diperkuat oleh kajian Yunus et al. (2024), yang menilai bahwa keberhasilan dakwah digital UAS terletak pada kemampuannya menciptakan hubungan simbolik antara nilai-nilai Islam dan realitas sosial kontemporer secara simultan (Yunus et al., 2024).

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode studi pustaka dan observasi terhadap konten ceramah UAS, baik yang disiarkan secara langsung maupun yang telah direkam dan diunggah ke media digital. Data yang dianalisis meliputi transkrip ceramah, dokumentasi kegiatan dakwah, serta unggahan media sosial selama periode aktif antara 2020 hingga 2024. Sumber data utama bersifat tekstual dan visual, dianalisis dengan pendekatan tematik terhadap tiga aspek utama komunikasi dakwah, tanpa melibatkan informan atau responden secara langsung. Dengan demikian, penelitian ini sepenuhnya bersandar pada analisis kualitatif terhadap jejak digital dan publikasi ceramah UAS yang telah tersedia secara luas.

### **Strategi Komunikasi Dakwah UAS di Media Digital**

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah secara radikal cara dakwah dikomunikasikan dan diterima oleh masyarakat. Perubahan ini paling kentara dalam penggunaan media sosial sebagai saluran utama penyebaran pesan-pesan keagamaan. Ustaz Abdul Somad (UAS) merupakan salah satu pendakwah yang secara konsisten memanfaatkan kanal media digital sebagai bagian dari strategi dakwahnya. Keberadaan akun resmi YouTube, Instagram, dan platform lain seperti TikTok memungkinkan UAS menjangkau audiens secara lebih luas, cepat, dan kontekstual. Dalam konteks ini, komunikasi dakwah tidak lagi bersifat satu arah dan formal, melainkan menjadi lebih cair, adaptif, dan berorientasi pada kecepatan informasi serta gaya bahasa populer.

Strategi komunikasi UAS di media digital dapat dilihat dari tiga pendekatan: pemilihan medium, konstruksi pesan, dan pengelolaan wacana digital. Dari segi medium, UAS aktif memanfaatkan kanal YouTube dengan frekuensi unggahan yang konsisten dan isi yang beragam, mulai dari potongan ceramah, tanya jawab fikih, hingga respons terhadap isu aktual. Keberhasilan ini tidak dapat dilepaskan dari kemampuannya mengemas konten dakwah dalam bentuk yang sesuai dengan karakteristik media digital, yakni durasi pendek, visual kuat, dan narasi yang langsung pada inti pesan. Hal ini sejalan dengan temuan Ummah (2020) yang menyatakan bahwa efektivitas dakwah digital sangat bergantung pada kemampuan dai mengadopsi logika konten media sosial, termasuk tempo penyampaian dan

kesesuaian format dengan algoritma platform yang digunakan (Ummah, 2020).

Selain pemilihan media, strategi komunikasi UAS juga terlihat dalam pengolahan pesan dakwah. UAS dikenal dengan gaya penyampaian yang lugas, jenaka, namun tetap padat secara teologis. Pesan-pesan yang disampaikan tidak sekadar menyentuh aspek normatif ajaran Islam, tetapi juga dikaitkan dengan persoalan sosial sehari-hari. Gaya ini membuat dakwah menjadi lebih relevan dan mudah diinternalisasi oleh masyarakat. Dalam konteks komunikasi Islam, strategi ini mencerminkan pendekatan *bi al-hikmah wa al-man'izlah al-hasannah*, di mana pesan disampaikan secara persuasif, rasional, dan kontekstual (Rahmat, 2022). UAS juga sering kali menggunakan analogi dan perumpamaan dalam menjelaskan konsep-konsep syariah, sehingga audiens non-santri pun mampu menangkap makna yang lebih dalam dari setiap ceramah.

Di platform Instagram, UAS tidak hanya mengunggah potongan video ceramah, tetapi juga kutipan-kutipan singkat yang diilustrasikan dalam format visual menarik. Strategi ini terbukti efektif menjangkau generasi muda yang lebih aktif di media sosial berbasis gambar dan video pendek. Temuan dari studi Safarinigsih et al. (2025) menunjukkan bahwa audiens media sosial lebih responsif terhadap pesan-pesan dakwah yang disajikan dalam format narasi singkat dengan visualisasi kuat. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram oleh UAS bukan hanya sebagai tempat distribusi konten, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan edukasi singkat yang membentuk habitus dakwah digital yang baru. Bahkan dalam beberapa unggahan, UAS juga menyertakan tautan menuju video dakwah penuh di kanal YouTube, memperlihatkan integrasi antar platform dalam strategi komunikasi multikanal (Safariningsih et al., 2025).

Lebih lanjut, komunikasi dakwah digital UAS juga dipengaruhi oleh keterampilan teknis tim produksi konten. Meskipun tidak selalu ditampilkan secara eksplisit, kualitas audio-visual yang tinggi, pemilihan latar belakang video, serta penambahan subtitle menunjukkan bahwa ada perencanaan produksi konten yang matang. Hal ini menjadikan konten dakwah UAS kompetitif di tengah banjir informasi digital. Studi oleh Maulida dan Kurniawan (2021) menunjukkan bahwa kualitas produksi konten sangat menentukan persepsi kredibilitas dai di mata netizen. Kredibilitas ini menjadi penting, terutama di era ketika kepercayaan publik terhadap tokoh agama tidak lagi hanya dibentuk oleh status keulamaan, tetapi juga oleh penampilan digital yang profesional dan meyakinkan .

Dalam perspektif teori komunikasi Islam, pendekatan UAS dalam memanfaatkan media digital dapat dipahami sebagai bentuk aktualisasi prinsip *tabligh* yang tidak hanya bersandar pada isi pesan, tetapi juga pada metode dan medium penyampaian yang tepat. Strategi ini juga memperlihatkan bahwa dakwah bukan semata proses penyampaian doktrin, tetapi juga merupakan aktivitas

komunikasi budaya yang memperhitungkan aspek psikologi audiens, konteks sosial, dan karakteristik media. Penggunaan simbol-simbol visual yang akrab dengan budaya populer menjadi salah satu bentuk adaptasi semiotik yang memudahkan audiens dalam mengakses dan memahami nilai-nilai Islam.

Penggunaan media digital sebagai alat utama dakwah juga memberikan ruang bagi UAS untuk memperluas peran sebagai pendidik dan pemandu spiritual dalam konteks masyarakat modern. Melalui fitur siaran langsung (live streaming), Q&A, serta komentar dari pengikut, proses dakwah menjadi lebih interaktif dan responsif terhadap kebutuhan jamaah. Meskipun tidak semua pertanyaan dapat ditanggapi secara langsung, kehadiran fitur-fitur ini memberikan ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat dalam membentuk diskursus keagamaan. Strategi ini juga menggeser posisi audiens dari penerima pasif menjadi partisipan aktif dalam membangun makna dakwah, sebagaimana ditekankan dalam pendekatan konstruktivis dalam komunikasi (Hidayatullah et al., 2023).

### **Peran Komunikasi Interpersonal dalam Ceramah Tatap Muka**

Komunikasi interpersonal memiliki peran yang sangat penting dalam praktik dakwah langsung yang dilakukan oleh para pendakwah, terutama dalam konteks ceramah tatap muka. Dakwah sebagai proses komunikasi transendental bukan hanya menyampaikan pesan normatif, tetapi juga melibatkan hubungan emosional antara dai dan jamaah. Dalam konteks ini, Ustaz Abdul Somad (UAS) memperlihatkan pendekatan komunikasi interpersonal yang khas, menggabungkan ketegasan isi dakwah dengan kedekatan emosional, spontanitas, serta interaksi dua arah. Pendekatan ini memperkuat daya terima pesan dakwah dan meningkatkan peluang perubahan sikap maupun perilaku keagamaan jamaah.

UAS dikenal sebagai pendakwah yang mengedepankan kedekatan dengan audiens melalui berbagai teknik komunikasi interpersonal. Dalam setiap ceramahnya yang berlangsung secara langsung di berbagai masjid, kampus, hingga lapangan terbuka, UAS memperlihatkan keterampilan membangun hubungan dengan audiens. Ia menggunakan kontak mata yang kuat, intonasi suara yang bervariasi, serta ekspresi wajah yang hidup untuk menegaskan pesan dakwah. Tidak jarang, ia menyiapkan humor kontekstual untuk mencairkan suasana, yang menjadikan ceramah terasa akrab dan tidak menegangkan. Komunikasi semacam ini menunjukkan adanya kesadaran akan pentingnya *presence* dan *engagement*, dua elemen utama dalam komunikasi interpersonal efektif menurut Hargie (2021), di mana pesan tidak hanya disampaikan secara kognitif tetapi juga secara afektif.

Dakwah interpersonal UAS juga ditandai oleh kemampuannya membangun empati. Dalam beberapa momen ceramah, ia merespons langsung permasalahan

yang diajukan jamaah, baik melalui tanya jawab terbuka maupun sapaan langsung. Respons ini disampaikan dengan empati dan tanpa menghakimi, memperlihatkan nilai *rabmatan lil alamin* dalam komunikasi dakwah. Menurut Adhani et al. (2021), komunikasi interpersonal dalam dakwah menjadi efektif ketika dai mampu menempatkan dirinya dalam perspektif audiens, tidak sekadar menyampaikan doktrin, tetapi memahami konteks sosial dan psikologis mereka. Hal ini juga diperkuat oleh pendekatan *Qawlān Layyīna* dalam komunikasi Islam, yaitu berbicara dengan lemah lembut sebagai bentuk penghormatan terhadap sesama (Adhani et al., 2021).

Peran komunikasi interpersonal UAS semakin tampak ketika ia berdakwah di lingkungan komunitas lokal yang memiliki latar belakang sosial dan budaya yang beragam. Dalam banyak dokumentasi video dan laporan kegiatan dakwah, terlihat bahwa UAS kerap menyesuaikan diksi dan contoh-contoh yang digunakan sesuai dengan karakteristik audiens. Misalnya, ketika berdakwah di lingkungan pesantren, ia lebih banyak menggunakan istilah-istilah klasik dalam kitab kuning. Sebaliknya, saat berdakwah di hadapan komunitas petani atau pedagang, ia menyampaikan pesan dengan contoh-contoh dari kehidupan sehari-hari. Fleksibilitas ini mencerminkan keterampilan adaptasi kontekstual yang tinggi, yang menurut Zulkarnain (2021), merupakan inti dari keberhasilan komunikasi interpersonal dalam konteks dakwah lintas sosial (Zulkarnain et al., 2023).

Komunikasi interpersonal dalam dakwah UAS juga memperlihatkan prinsip dialogis, yaitu adanya ruang interaksi dua arah antara pendakwah dan jamaah. Meskipun format ceramah cenderung satu arah, namun pada beberapa kesempatan, UAS menyisipkan pertanyaan retoris, meminta tanggapan jamaah, bahkan menanggapi secara spontan interupsi dari audiens. Praktik ini tidak hanya memperlihatkan keterbukaan, tetapi juga memperkuat partisipasi jamaah dalam proses komunikasi. Dalam perspektif teori komunikasi Islam, pendekatan ini mencerminkan prinsip *musyawarah* dan *sami'na wa atha'na*, di mana kebenaran tidak hanya dipaksakan dari atas, tetapi dibangun bersama dalam semangat kesalingan (S. T. Rahmawati, 2021).

Selain itu, komunikasi interpersonal UAS mengandung unsur *self-disclosure*, yakni ketika pendakwah berbagi pengalaman pribadi atau kisah hidup untuk memperkuat pesan dakwah. Misalnya, dalam beberapa ceramah, UAS menceritakan pengalaman pribadinya saat belajar di Timur Tengah atau bagaimana ia menghadapi tantangan dalam berdakwah. Kisah-kisah ini bukan hanya menjadi penguat argumen, tetapi juga menjadi sarana membangun kedekatan emosional dengan jamaah. Studi oleh Herawan et al. (2024) menyebutkan bahwa dalam konteks dakwah interpersonal, *self-disclosure* yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan jamaah terhadap dai dan mendorong terjadinya keterlibatan afektif

yang lebih kuat (Herawan et al., 2024).

### **Konstruktivisme dalam Pembentukan Makna Dakwah**

Konstruktivisme menempatkan proses komunikasi dakwah sebagai mekanisme kolaboratif antara dai dan jamaah—bukan sekadar transfer pengetahuan, melainkan konstruksi makna bersama. Studi oleh Nabilah et al. (2022) menganalisis 75 video animasi kajian fikih dari akun Instagram Ustaz Abdul Somad (periode 2021–2022). Penelitian ini secara eksplisit menggunakan paradigma konstruktivis, menunjukkan bahwa pesan dakwah dikembangkan melalui tiga *logika pesan*—ekspresif, konvensional, dan retoris—agar pesan dapat tersusun sesuai kebutuhan kognitif dan afektif audiens (Ramadhannita, 2023). Dalam implementasinya, logika ekspresif digunakan saat membahas fiqh shalat, logika konvensional untuk fiqh puasa, dan logika retoris saat membedah zakat. Pemilihan logika pesan ini bukan kebetulan, melainkan strategi konstruktif yang bertujuan memperkuat resonansi pesan agama dengan konteks hidup jamaah, sekaligus mendorong pemaknaan ulang dari setiap tema dakwah.

Dalam kerangka teori konstruktivisme, komunikasi interpersonal UAS menjadi ruang bagi pembentukan makna bersama antara dai dan audiens. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan bukan sekadar informasi yang diterima secara pasif, melainkan menjadi stimulus bagi jamaah untuk merefleksikan, menafsirkan, dan membangun pemahaman baru yang sesuai dengan pengalaman dan realitas masing-masing. Hal ini tampak dalam beberapa respons jamaah yang tertangkap kamera, seperti ekspresi emosional, anggukan, atau bahkan air mata yang menunjukkan resonansi personal terhadap isi ceramah.

UAS memilih media animasi sebagai alat naratif yang bersifat representasional dan interaktif. Bentuk visual ini membantu jamaah membentuk citra mental terhadap konsep fikih, bukan hanya dengan persepsi verbal tetapi dengan gambaran konkret melalui animasi. Hal ini mendukung pendekatan konstruktivis karena audiens aktif dalam menginterpretasi dan membangun pemahaman berdasar stimulasi visual serta narasi pesan. Penelitian lain yang relevan adalah Fadhlurrahman et al. (2022), yang meneliti rekonstruksi makna dakwah hikmah di media online melalui konteks ayat QS. An-Nahl:125. Studi ini menunjukkan bagaimana makna hikmah dikonseptualisasikan ulang (*ma'na-cum-maghza*) berdasarkan interpretasi interaktif antara teks Qur'an, konteks digital, dan pemaknaan komunitas online.

## **PENUTUP**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan oleh Ustaz Abdul Somad (UAS) merepresentasikan pendekatan komunikasi Islam yang dinamis, kontekstual, dan transformatif. Melalui media digital, UAS mampu menjangkau audiens luas dengan gaya penyampaian yang adaptif terhadap budaya digital, menggabungkan kekuatan visual, naratif, dan afektif dalam satu kesatuan pesan dakwah. Hal ini mempertegas peran komunikasi massa berbasis teknologi sebagai instrumen strategis dalam dakwah kontemporer yang efektif dan masif. Keterampilan UAS dalam mengemas pesan dakwah melalui berbagai platform digital tidak hanya menunjukkan kemampuan teknis, tetapi juga menegaskan pentingnya literasi digital religius sebagai bagian dari kompetensi dai modern. Selain itu, dimensi komunikasi interpersonal dalam dakwah UAS berfungsi sebagai penguat kedekatan emosional antara dai dan jamaah. Kekuatan UAS dalam membangun relasi yang empatik, terbuka, dan dialogis dengan audiens menjadikan pesan-pesan dakwahnya lebih mudah diterima dan diinternalisasi. Pendekatan ini bukan hanya menekankan isi pesan, tetapi juga proses komunikasi yang melibatkan respons, interaksi, dan refleksi dua arah. Dengan demikian, dakwah tidak lagi dilihat sebagai proses satu arah yang top-down, melainkan sebagai ruang relasional yang terbuka bagi tumbuhnya pemahaman spiritual dan solidaritas keagamaan.

Dalam kerangka teori konstruktivisme, pesan dakwah UAS terbukti membentuk makna secara kolaboratif bersama audiensnya. Pesan-pesan agama tidak diterima secara pasif, melainkan dipahami melalui proses interpretasi yang melibatkan konteks sosial, pengalaman pribadi, dan dinamika emosional jamaah. Baik melalui media digital maupun pertemuan langsung, konstruksi makna ini terjadi secara simultan dan adaptif, mencerminkan esensi dakwah sebagai proses yang hidup dan kontekstual. Studi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah UAS terletak pada kemampuannya memadukan aspek afektif, kognitif, dan sosial dalam membangun pemahaman keagamaan yang fungsional dan membumi.

Dengan demikian, dakwah UAS merepresentasikan model komunikasi Islam yang menyentuh dimensi kognitif, emosional, dan spiritual umat secara simultan. Keberhasilan UAS dalam menyampaikan dakwah tidak hanya bersumber dari isi ceramah yang bernalas, tetapi juga dari gaya komunikasi yang humanis, teknologi yang digunakan secara efektif, serta pemahaman mendalam terhadap konteks sosial jamaah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah dalam kajian komunikasi dakwah kontemporer, serta membuka ruang bagi pengembangan strategi dakwah berbasis interaksi, narasi digital, dan pendekatan konstruktif di era informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A., Anshori, A., & Nasution, N. (2021). Parental Interpersonal Communication In Overcoming Children's Anxiety When Participating In Online Learning. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(11), 1838–1846. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i11.460>
- Fadhlurrahman, M. B., Munawir, M., Mundzir, M., & Wardah, R. S. (2022). Rekonstruksi Dakwah Di Media Online: Kontekstualisasi Makna Hikmah dalam Q.S. Al-Nahl: 125 Aplikasi Pendekatan Ma'na-Cum-Maghza Ma'na-Cum-Maghza. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 7(1), 19–44. <https://doi.org/10.14421/jkii.v7i1.1288Wijayanti>, R. (2020). *HUBUNGAN SELF DISCLOSURE PENGGUNA INSTAGRAM STORIES DENGAN EMOTION FOCUSED COPING PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI ANGKATAN 2019/2020* [Institut Agama Islam Negeri Kediri]. [https://etheses.iainkediri.ac.id/2733/1/933403113\\_prabab.pdf](https://etheses.iainkediri.ac.id/2733/1/933403113_prabab.pdf)
- Hardianti, T. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI USTAD HANAN ATTAKI DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DI MEDIA YOUTUBE* Fakultas Adab dakwah dan Komunikasi, Institut Agama Islam Negeri Curup. <https://e-theses.iaincurup.ac.id/1476/1/.pdf>
- Hargie, O. (2021). Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory and Practice (7th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003182269>
- Herawan, S., Rosanti, A. D., Putri, A. A., & N, H. W. (2024). Self - Disclosure LGBT di Media Sosial : Peran dan Tantangan Untuk Konselor Komunitas. *Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(10), 290–296.
- Muzayyana, N. (2020). *STRATEGI DAN GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DAN USTADZ ADI HIDAYAT DI YOUTUBE SERTA EFEKNYA TERHADAP PUBLIK*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. <https://repository.radenintan.ac.id/12534/2/SKRIPSIBAB1%262.pdf>
- Rahmawati, B., & Muhid, A. (2019). Analisis Wacana Kritis Di Media Sosial (Studi Pada Fenomena Pro-Kontra Penolakan Dakwah Ustadz Abdul Somad). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 20(1), 126. <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9608>
- Rahmawati, S. T. (2021). Implementasi Komunikasi Dakwah dan Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Statement : Media Informasi Sosial Dan Pendidikan*, 11(2), 76–82. <https://doi.org/10.56745/js.v11i2.237>
- Ramadhannita,R.(2023).ANALISIS PENDEKATAN KONSTRUKTIVISMED ALAMMENINGKATKAN PEMAHAMAN DAN PENGHAYATANNI LAINILAIPENDIDIKANAGAMAISLAM.  *EPISTEMIC: JURNAL*

Nasution, N.R.

*ILMLAH PENDIDIKAN*, 2(3), 462–481.

Rosid, A. (2020). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS DAKWAH (Studi kasus akun Instagram @kajian.ustadz.abdulsomad)* Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Surakarta. <https://eprints.iain-surakarta.ac.id/515/1/Full%20Text%20171231017.pdf>

Safariningsih, H., Zaiyanudin, F., & Malhotra, R. (2025). Media Sosial sebagai Jembatan Dakwah dalam Meningkatkan Akses dan Partisipasi di Era Digital. *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial (Al-Waarits)*, 2(1), 1–9. <https://journal.pandawan.id/al-waarits/article/view/755/546>

Ummah, A. H. (2020). Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54–78.

<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>

Yunus, M., Japeri, & Juli, S. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad: Membumikan Islam Era Digital. *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, Vol. 2(1), 218–223.

Zulkarnain, Syed, S., Mukhiar, Muhamzir, Gandhi, A., & Fitria, S. (2023). *SHARIA IN PUBLIC SPACE: COMMUNICATION MODELS IN THE ADOPTION OF ISLAMIC SHARIA IN URBAN MUSLIM SOCIETY IN LANGSA, ACEH.* <https://ejournal.metrouniv.ac.id/akademika/article/view/7468/3573>