

# **KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ MUHAMMAD NUZUL DZIKRI PADA MEDIA SOSIAL YOUTUBE**

Penulis: Alisya Miriam Mochamad

Pembimbing: Dr. H. Sutrisno, M.Si

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung

**Abstrak:** Penelitian ini membahas komunikasi dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri melalui media sosial *YouTube*, dengan tujuan untuk mengetahui bentuk komunikasi verbal dan nonverbal dan bagaimana makna denotasi, konotasi serta mitos terhadap hal tersebut menggunakan teori semiotika, serta efektivitas penyampaian pesan dakwah melalui komunikasi verbal maupun nonverbal melalui respon audiens terhadapnya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara mendalam dengan sejumlah informan yang merupakan audiens rutin kajian Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi verbal Ustadz ditandai oleh kesederhanaan bahasa, penggunaan analogi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, serta penyampaian yang runtut dan mudah dipahami. Sementara itu, komunikasi nonverbal yang muncul melalui ekspresi wajah, intonasi suara, dan penampilan sederhana turut memperkuat efektivitas penyampaian pesan dakwah. Respon audiens yang diamati menunjukkan keterhubungan antara aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik. Audiens tidak hanya memperoleh tambahan wawasan, tetapi juga merasakan keterikatan emosional serta ter dorong untuk mengamalkan pesan dakwah dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi dakwah melalui *YouTube* dapat menjadi sarana efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam secara luas, dengan catatan bahwa penggunaan strategi komunikasi yang tepat mampu menjembatani pemahaman audiens dari berbagai latar belakang.

**Kata kunci:** Komunikasi Dakwah, Media Sosial *YouTube*, Respon Audiens.

## **PENDAHULUAN**

Manusia sebagai makhluk beragama memiliki kebutuhan untuk mempelajari ilmu, terutama ilmu agama, agar dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tidak semua orang memiliki kesempatan belajar di lembaga formal berbasis Islam, namun perkembangan media membuka akses luas bagi masyarakat untuk mempelajari agama. Komunikasi dakwah menjadi hal penting, bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku sesuai ajaran Islam.

Pada era digital, dakwah berkembang melalui platform media sosial, salah satunya *YouTube*, yang menjadi media populer di Indonesia dan dunia. Banyak ustadz memanfaatkan *YouTube* sebagai sarana dakwah, termasuk Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri yang sejak 2017 aktif mengunggah berbagai jenis konten, mulai dari kajian rutin, khutbah Jumat, kajian khusus wanita, hingga konten inklusif bagi penyandang tuli. Kanalnya kini memiliki lebih dari 794 ribu subscriber dengan ribuan video.

Salah satu program dakwah yang konsisten adalah kajian rutin “*Tadzkiratussami Wal Mutakallim Fii Adabil Alim Wal Muta’alim*” yang disiarkan langsung dari masjid sekaligus melalui *YouTube*. Kajian berdurasi satu jam hingga dua jam ini tetap memiliki banyak audiens,

meskipun tren umum masyarakat lebih menyukai video singkat. Data penonton tahun 2023–2024 menunjukkan fluktuasi, dengan rata-rata 43 ribu penonton di 2023 dan 31 ribu di 2024. Meski jumlah penonton menurun, tingkat keterlibatan audiens relatif stabil. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi penyampaian pesan dakwah lebih penting dibanding sekadar jumlah penonton.

Penelitian ini menggunakan teori semiotika untuk menganalisis komunikasi dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri di YouTube, dengan fokus pada tanda, simbol, bahasa tubuh, ekspresi, serta visualisasi dalam video. Pendekatan ini diharapkan dapat memberi pemahaman lebih mendalam mengenai proses komunikasi dakwah di media sosial serta kontribusinya dalam penyebaran ajaran Islam di era digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Menganalisis komunikasi verbal yang digunakan Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dalam video dakwahnya melalui YouTube.
2. Menganalisis komunikasi non-verbal yang digunakan Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dalam video dakwahnya melalui YouTube.
3. Menganalisis respon audiens terhadap video dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri di *YouTube* dalam membentuk pemahaman agama, sikap, dan perilaku.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Komunikasi Verbal Dan Nonverbal

Komunikasi pada hakikatnya merupakan proses pertukaran pesan melalui penggunaan simbol. Simbol adalah sesuatu yang mewakili suatu makna tertentu dan dipahami bersama oleh para pelaku komunikasi. Dalam proses komunikasi, simbol dapat berupa bahasa (verbal) maupun tanda-tanda nonbahasa (non-verbal). Pemaknaan terhadap simbol tersebut sangat dipengaruhi oleh budaya, pengalaman, dan konteks sosial di mana komunikasi berlangsung. Komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan atau bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik dalam bentuk percakapan maupun tulisan (*speak language*) (Kusuma, 2019). Dalam komunikasi verbal, bahasa memegang peranan penting. Komunikasi Verbal mengandung makna *denotative* dan media yang sering dipakai yaitu bahasa dikarenakan bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain (Kusuma, 2019). Komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk tanpa kata-kata (Kusuma, 2019). Argyle dalam Hidayat (2012) menjelaskan bahwa komunikasi non-verbal adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan yaitu pesan-pesan yang diekspresikan dengan sengaja atau tidak sengaja melalui Gerakan-gerakan, tindakan-tindakan, perilaku atau suara-suara atau vocal yang berbeda dari penggunaan kata-kata dalam bahasa verbal. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mendeteksi komunikasi secara nonverbal. Beberapa indikator tersebut yaitu (Adler et al., 2010), yaitu Ekspresi Wajah dan Mata, Gerakan Tubuh, Sentuhan, Penciuman, Jarak, Ciri Suara, Penggunaan Waktu, Daya Tarik Fisik, Pakaian, Lingkungan Fisik (Physical Environment).

### Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah berasal dari dua kata yaitu komunikasi dan dakwah. Komunikasi secara umum didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian pesan. Sedangkan kata dakwah sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti seruan, panggilan dan ajakan (Aini & Don, 2021). Dakwah adalah proses menyebarkan ajaran dan praktik Islam (Munir, 2013). Dakwah adalah sarana bagi umat Muslim untuk memahami agama mereka; demikian pula, non-Muslim diajak

untuk menerima keindahan Islam (Saputra, 2010). Dakwah dapat juga secara khusus disebut seruan kepada kebenaran, menjalankan perintah, menjauhi hal-hal yang dilarang agar memperoleh kebahagiaan di masa kini dan masa mendatang sebagaimana yang difirmankan Allah SWT dalam surat Yunus ayat 25, yang menunjukkan bahwa dakwah juga merupakan salah satu bentuk kewajiban (Aini & Don, 2021).

Drs. Kustadi Suhandang dalam bukunya Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi (2013) mengatakan bahwa dalam proses komunikasi dakwah, terdapat unsur-unsur yang terlibat dalam komunikasi dakwah tersebut, seperti sumber komunikasi, komunikator, pesan komunikasi, media komunikasi, komunikan, tujuan, dan akibat (Suhandang, 2013).

- a. Sumber Komunikasi. Sumber ini dapat berupa fakta, data, maupun fenomena yang terjadi dalam dinamika kehidupan manusia. Hal-hal tersebut kemudian ditanggapi dan dianalisis dengan berpedoman pada ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam, dengan pemahaman yang benar.
- b. Komunikator. Ustadz atau Da'i merupakan komunikator dalam proses komunikasi dakwah. Peran ini sangat sentral karena bertugas menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada audiens dakwah dengan tujuan menanamkan nilai-nilai Islam, membina akhlak, serta memperkuat keimanan.
- c. Pesan Komunikasi. Pesan komunikasi dakwah tentunya merupakan ajaran Islam, baik berupa akidah, ibadah, muamalah, akhlak dan lainnya sebagaimana yang terdapat pada Al Qur'an dan Hadits. Menariknya pesan komunikasi tidak hanya berupa teori, namun juga seorang da'i atau ustadz juga dianggap sebagai pesan dakwah
- d. Media Komunikasi. Media berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai Islam kepada audiens yang lebih luas.
- e. Komunikan. Komunikan adalah pihak yang menerima pesan komunikasi. Dalam konteks komunikasi dakwah maka komunikan disebut juga dengan *mad'u*.
- f. Tujuan. Tujuan komunikasi dalam dakwah yaitu mengajak manusia berjalan di atas jalan Allah ta'ala dalam menjalani kehidupannya, dalam sikap, sifat, perilaku, pendapat, serta interaksi sosial sehari-hari. Dakwah bertujuan untuk membimbing umat agar mereka senantiasa berpegang teguh pada nilai-nilai Islam yang tercermin dalam Al-Qur'an dan Hadis.
- g. Akibat. Akibat yang diinginkan dalam komunikasi dakwah adalah terwujudnya umat yang senantiasa berpegang teguh pada nilai-nilai Islam, dan hal ini tentunya membutuhkan waktu dan proses yang berbeda-beda pada diri seseorang. Perubahan nyata dalam konteks ilmu komunikasi juga disebut dengan *feedback*, yang mana idealnya hal ini sesuai dengan tujuan komunikasi tersebut.

## Teori Respon

Respon berasal dari kata *response* yang berarti jawaban, balasan, atau tanggapan (*reaction*). Dalam kamus besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa respon adalah tanggapan, reaksi dan jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Menurut Soerjono Soekanto menyebut kata respon dengan kata *response* yaitu perilaku yang merupakan konsekuensi dari perilaku sebelumnya. Dirinya mendefinisikan respon seperti dalam kutipan berikut ini: "interaksi dengan perorangan atau kelompok masyarakat, terlihat dari adanya aksi dan reaksi serta mengandung rangsangan dan respons" (Soekanto, 2006). Menurut Abu Ahmadi mengartikan respon sebagai proses pengamatan yang sudah berhenti dan menimbulkan kesan kesan (Ahmadi, 2010). Menurut Alex Sobur (2003) menjelaskan bahwa respon juga diartikan sebagai suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penelitian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak suka serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu (Husna, 2018).

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa respon merupakan bentuk reaksi, baik berupa sikap, perasaan, maupun tindakan, yang muncul sebagai akibat dari adanya rangsangan atau stimulus tertentu. Respon tidak hanya terbatas pada aspek kognitif berupa pengetahuan dan pemahaman, tetapi juga mencakup ranah afektif yang berhubungan dengan emosi, serta ranah psikomotorik yang terkait dengan tindakan nyata. Dengan demikian, respon dapat dipandang sebagai indikator penting dalam menilai efektivitas suatu proses komunikasi, termasuk komunikasi dakwah.

## Teori Semiotika

Semiotika atau semiologi merupakan dua istilah yang memiliki pengertian yang sama, namun sering kali penggunaannya mencerminkan pemikiran masing-masing tokoh. Pengikut Peirce lebih cenderung menggunakan istilah semiotika, sementara Saussure menggunakan istilah semiologi. Kedua istilah ini dapat saling menggantikan karena keduanya merujuk pada ilmu yang mempelajari tanda. Dalam pandangan Saussure, semiologi adalah ilmu yang mengkaji kehidupan tanda-tanda dalam masyarakat. Sementara itu, istilah semiotika mulai digunakan pada akhir abad ke-19 oleh aliran pragmatik Amerika yang dipelopori oleh Charles Sanders Peirce (Sobur, 2023).

Istilah semiotik, secara etimologi berasal dari kata Yunani, *semeion*, yang berarti tanda atau dari kata *semiotikos* yang berarti teori tanda. Secara terminologis, semiotik adalah cabang ilmu yang berurusan dengan dengan pengkajian tanda dan segala sesuatu yang berhubungan dengan tanda, seperti sistem tanda dan proses yang berlaku bagi tanda (Zoest, 1993). Sedangkan menurut ahli sastra Teew (1984) mendefinisikan semiotik adalah tanda sebagai tindak komunikasi dan kemudian disempurnakannya menjadi model sastra yang mempertanggungjawabkan semua faktor dan aspek hakiki untuk pemahaman gejala susastra sebagai alat komunikasi yang khas di dalam asyarakat mana pun

## METODE PENELITIAN

Metodelogi penelitian pada penelitian ini adalah kualitatif, yaitu suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral (Creswell, 2008). subjek penelitian adalah individu yang menjadi audiens dari YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dan mengikuti konten dakwah yang disampaikannya, khususnya yang berkaitan dengan serial kajian buku *Tadzkiratussami Wal Mutakallim Fii Adabil Alim Wal Muta'alim*. objek penelitian yang menjadi pusat perhatian adalah komunikasi dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri pada Media Sosial YouTube.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi verbal Ustadz ditandai dengan kesederhanaan bahasa, keterhubungan dengan realitas sehari-hari, serta penggunaan analogi yang relevan. Pembukaan kajian yang konsisten (salam, basmalah, hamdalah, shalawat, doa) dimaknai sebagai simbol komitmen, adab, dan konsistensi dakwah. Bahasa yang sederhana, runtut, serta sering menggunakan kata “kita” menciptakan suasana egaliter, merangkul, dan meniadakan jarak antara pendakwah dan audiens. Selain itu, penggunaan narasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, pengulangan kalimat penting, serta penyelipan bahasa anak muda membangun citra dakwah yang relevan, membumi, dan inklusif. Bahkan, pilihan diksi yang dianggap “mewah” oleh generasi muda dinilai segar dan modern tanpa meninggalkan substansi keilmuan. Secara semiotik, strategi verbal ini tidak hanya menyampaikan pesan agama secara denotatif, tetapi juga menghadirkan makna konotatif berupa kerendahan hati, kedekatan emosional, dan relevansi dakwah. Pada level mitos, terbentuk narasi bahwa Islam

bukanlah ajaran yang kaku atau jauh dari masyarakat, melainkan pedoman hidup yang aplikatif, membimbing, dan senantiasa relevan di era digital.

Komunikasi nonverbal Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri dalam dakwah di YouTube tampak melalui intonasi suara yang tenang, ritme penyampaian stabil, dan ekspresi wajah yang konsisten sesuai dengan konteks kajian. Hal ini menambah kesan wibawa, ketulusan, dan memudahkan audiens memahami pesan. Penampilan beliau yang sederhana—dengan kemeja putih, sarung, dan peci hitam—menjadi simbol tawadhu sekaligus menegaskan bahwa fokus utama dakwah adalah substansi ilmu, bukan tampilan luar. Latar visual polos yang diperkuat dengan penayangan ayat, hadits, dan dzikir petang membangun suasana khusyuk, sementara kehadiran juru bahasa isyarat (JBI) dan terjemahan bahasa Inggris menunjukkan inklusivitas dakwah agar dapat diakses audiens dengan latar belakang beragam.

Jika dilihat melalui perspektif semiotika, tanda-tanda nonverbal ini mengandung makna berlapis. Pada level denotatif, elemen tersebut sekadar terlihat sebagai gaya penyampaian dakwah, mulai dari suara, ekspresi, pakaian, hingga visualisasi. Pada level konotatif, ia mencerminkan kesederhanaan, ketulusan, kerendahan hati, serta kedekatan emosional antara pendakwah dan audiens. Sedangkan pada level mitos, keseluruhan aspek nonverbal membentuk citra ideal pendakwah Islam: sosok alim yang tawadhu, konsisten, dan mampu menghadirkan dakwah yang inklusif, membumi, serta relevan di era digital. Dengan demikian, komunikasi nonverbal bukan sekadar pelengkap, melainkan bagian penting yang memperkuat efektivitas dan makna dakwah Islam melalui media baru.

Respon audiens terhadap komunikasi dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri di YouTube menunjukkan hasil positif dan dapat dipetakan ke dalam tiga aspek:

1. Respon Kognitif

Audiens memperoleh pemahaman baru, wawasan keislaman, serta pola pikir yang lebih sistematis dalam memandang kehidupan. Penyampaian yang sederhana, lugas, dan berbasis dalil membuat pesan dakwah mudah dipahami, bahkan oleh jamaah pemula. Media YouTube juga berperan penting menjangkau audiens yang tidak dapat hadir langsung di majelis ilmu.

2. Respon Afektif

Komunikasi nonverbal seperti intonasi tenang, ekspresi wajah, serta penggunaan bahasa egaliter menumbuhkan rasa nyaman, kedekatan, dan motivasi spiritual. Audiens merasakan ketenangan, semangat baru, serta ikatan emosional yang kuat dengan penceramah, sehingga dakwah tidak hanya dipahami, tetapi juga dihayati secara mendalam.

3. Respon Psikomotor

Pesan dakwah mendorong perubahan perilaku nyata pada audiens, seperti peningkatan kualitas ibadah, kebiasaan berdzikir, kesantunan dalam berbicara, kesabaran, serta kesungguhan dalam menjauhi larangan agama. Beberapa audiens menuturkan adanya dorongan kuat untuk konsisten memperbaiki diri, terutama setelah mengikuti kajian rutin di YouTube.

Secara keseluruhan, respon audiens memperlihatkan kesinambungan antara pengetahuan (kognitif), penghayatan (afektif), dan pengamalan (psikomotor). Hal ini menegaskan bahwa komunikasi dakwah melalui YouTube tidak hanya menambah ilmu, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku keagamaan yang lebih baik.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis semiotika Roland Barthes, komunikasi dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri melalui YouTube terbukti efektif karena memadukan aspek verbal dan nonverbal yang saling melengkapi. Secara verbal, kesederhanaan bahasa, repetisi, analogi, dan keterhubungan dengan audiens tidak hanya menyampaikan pesan agama secara denotatif, tetapi juga menghadirkan makna konotatif berupa kedekatan emosional, kerendahan hati, dan relevansi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, aspek nonverbal seperti ekspresi wajah, intonasi tenang, pakaian sederhana, backdrop netral, teks ayat-hadis, serta penggunaan bahasa isyarat memperkuat makna ketulusan, kewibawaan, dan empati. Respon audiens pun menunjukkan dampak positif pada aspek kognitif (pemahaman dan pola pikir Islami), afektif (ketenangan, motivasi, dan rasa kebersamaan), serta psikomotor (pengamalan ajaran dalam ibadah dan sikap sehari-hari). Secara keseluruhan, dakwah melalui YouTube tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun konotasi dan mitos yang menjawab kebutuhan spiritual masyarakat di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adler, R., Rosenfeld, L., & Proctor, R. (2010). *Interplay : The Process of Interpersonal Communication (11th ed)*. New York: Oxford University Press.
- Ahmadi, A. (2010). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Aini, Z., & Don, A. G. (2021). THE IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION SKILLS IN DA ‘WAH. *Hamdard Islamicus*, XLV(1), 81–102.
- Creswell, J. (2008). *Educational Research. Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Pearson-Prentice Hall.
- Husna, A. (2018). Respon WaliMurid, Peran, Pendidikan SD Muhammadiyah dalam Mengembangkan Pendidikan. *Jom Fisip*, 5(1), 1–14.
- Kusuma, T. (2019). Komunikasi Verbal dan Nonverbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), BAB 2 18, 19. [https://eprints.umm.ac.id/45267/3/BAB II.pdf](https://eprints.umm.ac.id/45267/3/BAB%20II.pdf)
- Munir, W. I. (2013). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Saputra, W. (2010). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Bogor: Titian Nusa Pers.
- Sobur, A. (2023). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Suhandang, K. (2013). *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Zoest, A. Van. (1993). *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang kita Lakukan Dengannya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agung.