

**GAYA KOMUNIKASI USTADZ ILAL DALAM PROGRAM  
ACARA AKSI ASIA DI INDOSIAR**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto  
Guna Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**



**OLEH:  
MUFLIKHATUL HIDAYAH**

**NIM : 1617102025**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2020**

**GAYA KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ ILAL  
DALAM PROGRAM ACARA AKSI ASIA DI INDOSIAR  
MUFLIKHATUL HIDAYAH  
NIM. 1617102025**

**ABSTRAK**

Dakwah adalah ajakan, panggilan kepada seluruh orang, baik secara lisan maupun tulisan yang bertujuan untuk mengajak manusia menjadi lebih baik lagi dan beriman serta taat kepada Allah Dzat yang Maha Menciptakan segalanya. Saat menyampaikan dakwah, proses komunikasi seseorang dipengaruhi oleh gaya komunikasi. Gaya komunikasi sangat penting sebagai suatu ciri khas yang ada pada diri seorang da'i. Sebagaimana yang digunakan oleh ustadz ILAL saat menyampaikan ceramah. ILAL sendiri saat mengikuti ajang Aksi Asia mempunyai ciri khas yang unik dibandingkan dengan yang lainnya.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meneliti, mengetahui dengan jelas bagaimana gaya komunikasi ustadz ILAL selama mengikuti ajang Aksi Asia di Indosiar, sehingga peneliti melihat masalah bagaimana gaya komunikasi ustadz ILAL dalam media sosial *Youtube*, kemudian menganalisa video yang berjumlah 10, dengan judul yang berbagai macam gaya komunikasi, dan memberika gambaran umum tentang data yang diperoleh.

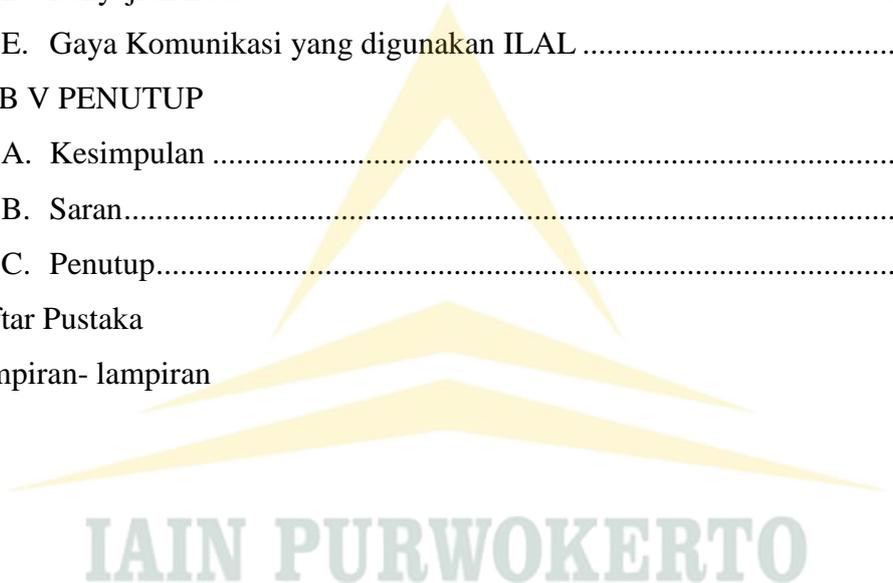
Dalam penelitian ini, peneliti lebih menekankan pada gaya komunikasi yang digunakan Ustadz ILAL. Hasil penelitian yang didapat dari menganalisis gaya komunikasi ustadz ILAL bervariasi. Seperti *The Controlling style, dramatic, animated expensive, friendly, argumentative*. Penggunaan kata – kata yang begitu menarik, membuat dakwah ILAL disukai oleh semua kalangan.

**Kata Kunci :** *Gaya Komunikasi, ILAL, Dakwah.*

## DAFTAR ISI

Halaman judul	
Pernyataan Keaslian .....	ii
Lembar Pengesahan .....	iii
Nota Dinas Pembimbing .....	iv
Abstrak .....	v
Motto .....	vi
Persembahan .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Definisi Operasional .....	10
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian .....	12
E. Manfaat Penelitian .....	13
F. Kajian Pustaka .....	13
G. Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Gaya Komunikasi .....	17
1. Pengertian Gaya Komunikasi .....	17
2. Macam-macam Gaya Komunikasi.....	20
3. Dai Sebagai Komunikator .....	39
4. Program Acara Aksi Asia.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
1. Subjek Penelitian .....	40
2. Objek Penelitian .....	41
B. Sumber Data	
1. Sumber Data Primer .....	41

2. Sumber Data Sekunder.....	41
C. Metode Pengumpulan Data.....	41
1. Teknik Dokumentasi .....	42
2. Teknik Analisis Data.....	43
D. Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Biografi Ustadz ILAL .....	43
B. Aksi Asia Indosiar.....	44
C. Profil Pondok Pesantren Darussalam Garut.....	45
D. Penyajian Data .....	47
E. Gaya Komunikasi yang digunakan ILAL .....	91
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	97
B. Saran.....	97
C. Penutup.....	97
Daftar Pustaka	
Lampiran- lampiran	



**IAIN PURWOKERTO**

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan kebutuhan manusia seperti halnya kebutuhan makan dan minum. Karena di dalam diri manusia terdapat ruh dan jiwa yang membutuhkan rohani. Selain itu, akal manusia juga memperoleh keterbatasan dalam memperoleh kenabian. Padahal manusia amat membutuhkan kebaikan dalam menjalani kehidupan di dunia.

Sejarah Islam mencatat bahwa tugas dan kewajiban berdakwah bukan sesuatu yang dipikirkan sambil lalu, melainkan sesuatu yang sejak semula diwajibkan kepada para Rasul dan pengikutnya. Al Qur'an menunjukkan sejumlah ayat yang memngingatkan para pengikutnya untuk melakukan dakwah, seperti bukti pada ayat Al Qur'an, terutama surat Ali Imron ayat 103-104

QS Ali imron ayat 103-104 :

وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ  
قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَىٰ شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُم مِّنْهَا كَذَٰلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ  
آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ  
وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ  
أُولُو الْأُلْمِ الْمُفْلِحُونَ

*“Dan berpegang teguhlah kamu sekalian kepada tali Allah agama Islam, dan janganlah kamu bercerai-berai, dan kenanglah nikmat Allah kepada kamu ketika kamu bermusuh-musuhan (semasa jahiliyah dahulu), lalu Allah menyatukan dianatara hati kamu (sehingga kamu bersatu dengan nikmat islam), maka jadilah kamu dengan nikmat Allah itu orang-orang islam yang bersaudara. Dan kamu dahuu berada di tepi jurang neraka ( disebabkan kekufuran kamu semasa jahiliyah), lalu alloh selamatkan kamu dari neraka itu. Demikianlah Allah menjelaskan kepada kamu ayat-ayat keterangannya, supaya kamu mendapat petunjuk. Dan hendaklah ada diantara kamu satu orang yang menyeru (berdakwah kepada kebajikan, dan menyuruh berbuat segala perkara yang baik, serta melarang dari segala yang*

*salah. Dan mereka yang bersifat demikian ialah orang yang menang”.*<sup>1</sup>

Dakwah Islamiyah merupakan upaya individu atau kelompok dalam rangka mengajak umat untuk meyakini dan mengamalkan akidah serta syariat Islam, sebagaimana tersirat dalam Al Qur'an.

Dari kacamata komunikasi, jelas bahwa dakwah Islamiyah termasuk upaya komunikasi dalam rangka mempengaruhi individu atau komunal, agar mereka dengan sadar dan yakin akan kebenaran Islam, yang mau menganutnya (bagi mereka yang non muslim), serta memperdalam pengetahuan Agama Islam (bagi kaum muslimin). Mereka diharapkan mau meyakini bahwa agama Islam akan membawanya ke jalan Allah yang lurus dan benar, yaitu jalan yang merupakan garis maknawi serta digoreskan oleh tuntunan wahyu tinggi, sesuai dengan watak tiap-tiap manusia dan membawa mereka kepada kebenaran yang hakiki.<sup>2</sup>

Komunikasi pada hakikatnya merupakan proses dimana seseorang atau kelompok orang (yang disebut komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata-kata) untuk mengubah tingkah laku insan-insan lainnya (yang disebut komunikan).<sup>3</sup>

Komunikasi harus terdapat pada pesan yang sengaja diarahkan kepada seseorang dan diterima oleh orang lainnya. Paradigma ini menyatakan bahwa pesan harus disampaikan dengan sengaja, dan pesan itu harus diterima. Artinya, untuk dapat terjadi komunikasi harus terdapat: Komunikator, pesan, dan komunikan. Implikasinya, jika pesan tidak diterima, tidak ada komunikasi karena tidak ada manusia yang menerima pesan. Maka, tidak ada komunikasi dan proses komunikasi yang merupakan kajian paradigma ini.<sup>4</sup>

#### 1. Komunikator

---

<sup>1</sup> <https://tafsirweb.com/1235-quran-surat-ali-imran-ayat-103.html> diakses pada 28 febuari 2020 pukul 11.03

<sup>2</sup> Hasjmy, Ali. 1974. *Dustur Da'wah menurut Al Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang, halaman 30

<sup>3</sup> Hovland, Carl I. *Source Credibilit and Communication Effectiveness*. (Winter: Public Opinion Quarterly, 1953) hlm. 12

<sup>4</sup> Dani Vardiansyah, (2005). *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Indeks. hlm.27

Proses komunikasi dimulai atau berawal dari komunikator atau pengirim pesan, yaitu dimana ide, gagasan atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Menurut Hovland (1953), karakteristik komunikator berperan dalam mempengaruhi penerima pesan, namun memiliki efek minimal dalam jangka panjang.<sup>5</sup>

Faktor-faktor pendukung yang perlu mendapat perhatian komunikator dakwah demi efektifnya komunikasi agar lancar, yaitu :

- a. Kesiapan, seorang dai yang tampil dimimbar harus menunjukkan kepada khalayak bahwa muncul di depan forum mad'u dengan persiapan yang matang. Kesiapan tersebut akan nampak pada gaya komunikasi yang meyakinkan saat digunakan menyampaikan pesan.
- b. Kesungguhan (*seriousness*), menyampaikan atau membahas suatu topic dengan menunjukkan kesungguhan, akan menimbulkan sebuah kepercayaan dari mad'u.
- c. Ketulusan, da'I harus membawakan kesan kepada mad'unya, bahwa ia berhati tulus dalam niat dan perbuatannya.
- d. Kepercayaan, komunikator dakwah harus selalu memancarkan kepastian. Ini harus selalu muncul dengan penguasaan diri dan situasi secara sempurna. Da'I harus selamanya siap menghadapi situasi. Namun, ia juga harus memnunjukan kepercayaan dirinya, jangan sekali-kali bersikap takabur.
- e. Ketenangan, mad'u akan cenderung menaruh kepercayaan kepada komunikator yang tenang dalam penampilan dan tenang dalam mengutarakan kata-katanya. Ketenangan tersebut perlu dijaga dan dipelihara serta selalu ditunjukkan pada setiap peristiwa komunikasi dalam menghadapi mad'u/ khalayak.

Jika seorang da'I bersikap tenang dalam berkomunikasi, dengan mudah akan dicapai ideasi yang mantap, yakni berupa pengorganisasian pikiran, perasaan, dan hasil pengindraan secara

---

<sup>5</sup>Morissan, (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Prenada Media Group. Hlm 18

terpadu, sehingga yang terlontar adalah jawaban yang bijak dan argumentative.

- f. Keramahan, keramahan da'I dalam berkomunikasi akan menimbulkan rasa simpati pada mad'u/ khalayak. Keramahan tidak berarti kelemahan, tetapi pengekspresian sikap etis. Keramahan yang ditunjukkan oleh da'I dalam berkomunikasi tidak hanya ditunjukkan dengan ekspresi wajah, tetapi juga dengan gaya dan cara pengutaraan paduan dan harmonisasi antara pikiran dan perasaan.
- g. Kesederhanaan, kesederhaan tidak hanya menyangkut hal hal yang berupa fisik, tetapi juga dengan penggunaan bahasa sebagai alat untuk menyampaikan dan menyalurkan pikiran dan perasaan dan dalam gaya komunikasi. Kesederhaan sering menunjukkan sebuah keaslian dan kemurnian sebuah sikap. Pakaian tidak berlebihan, perilaku menunjukkan keteladanan, dan ketika berbicara dalam situasi komunikasi tidak menggunakan kata-kata yang muluk-muluk dan ingkar dari realitas.<sup>6</sup>

## 2. Pesan

Dominik mendefinisikan pesan *the actual physical product that the source encodes*, yang artinya produk fisik aktual yang telah diencoding sumber. Maksudnya yaitu pesan adalah hasil dari proses encoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indera. Pesan memiliki wujud (*physical*) yang dapat dirasakan atau diterima oleh indera.

Pesan ialah apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima, yang meliputi seperangkat symbol verbal maupun non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan, maksud sumber tadi. Pesan terdiri dari tiga komponen, yaitu makna symbol yang digunakan untuk menyampaikan makna dan bentuk, atau organisasi pesan.

Pesan dapat ditunjukkan kepada satu individu saja atau bahkan kepada jutaan individu. Pesan dapat dihasilkan dengan biaya murah bahkan gratis, misalnya kata-kata yang diucapkan, namun pesan dapat pula

---

<sup>6</sup>Ilahi, Wahyu. 2010. *Komponen-Komponen Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Rosdakarya. Hlm 80

dihasilkan dengan biaya yang cukup mahal, misalnya skripsi ini. Pesan yang disampaikan manusia dapat berbentuk sederhana, namun bisa memberikan pengaruh yang cukup efektif.<sup>7</sup>

Gagalnya berkomunikasi sering disebabkan pesan yang disampaikan sudah diuga tidak akan berhasil disebabkan oleh beberapa faktor. Oleh karena itu, dalam merencanakan sebuah pesan harus memperhatikan beberapa hal, yaitu :

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.<sup>8</sup>

### 3. Komunikan

Penerima atau *receiver* atau disebut juga audiens adalah sasaran atau target dari pesan. Penerima sering pula disebut dengan komunikan. Penerima dapat berupa satu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. Siapa yang akan menerima pesan dapat ditentukan oleh sumber, misalnya dalam komunikasi melalui telepon. Namun adakalanya penerima pesan tidak dapat ditentukan oleh sumber, misalnya dalam program siaran televisi. Dalam situasi tertentu, sumber dan penerima pesan dapat langsung

<sup>7</sup>Morissan, (2013). *Teori Komunikasi Individu*. . . Jakarta : Prenada Media Group. Hlm 19-

<sup>8</sup>Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya. Hlm 99

berhubungan , namun dalam kesempatan lain sumber dan penerima pesan dipisah oleh ruang dan waktu.<sup>9</sup>

Komunikasi juga bisa dilakukan dalam bidang keagamaan, salah satunya yaitu dakwah. Dakwah sebagai salah satu bentuk komunikasi yang khas, juga memenuhi beberapa komponen-komponen dalam komunikasi, yaitu adanya pesan atau ide-ide (message), *muballigh* (komunikator) media, serta adanya komunikan ( penerima pesan). Sementara, dalam pengertiannya, dakwah berarti ajakan, kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang-orang untuk beriman dan taat kepada Allah SWT sesuai dengan garis aqidah.

Proses komunikasi dakwah berlangsung sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, mulai dari komunikator (da'i) hingga feedback atau respon komunikan (mad'u, objek dakwah).

Gaya komunikasi dapat dilihat dari bagaimana seorang komunikator / pengirim pesan dalam menggunakan bahasa, pemilihan kata, dan penggunaan bahasa tubuh. Seperti diungkapkan oleh Sidik Suhada seorang jurnalis media dan televisi, bahwa “bahasa menunjukkan bangsa” identitas dan citra diri seseorang dimata orang lain pun dipengaruhi oleh bagaimana cara diaa berkomunikasi. Selain itu juga pemilihan kata, istilah serta intonasi (tekanan suara), semua akan dapat menggambarkan identitas dan citra diri seseorang yang sedang berbicara.

Ada beberapa alasan pentingnya gaya komunikasi bagi para pendakwah/ da'i :

a. Pesan tersampaikan

Pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan tepat. Bahwa apa yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh pendengar.

b. Menyampaikan pesan menjadi lebih menyenangkan

c. Pesan yang disampaikan lebih menarik

d. Komunikasi menjadi lebih efektif

---

<sup>9</sup>Morissan, (2013). *Teori Komunikasi Individu*. . . Jakarta : Prenada Media Group. Hlm 22

Deddy Mulyana dalam bukunya, bahwa gaya komunikasi efektif merupakan perpaduan antara sisi positif komunikasi konteks tinggi dan komunikasi konteks rendah yang ditandai dengan ketulusan, kejernihan, keterbukaan, keterusterangan, kesederhanaan, dan kesantunan dalam berbicara.

Aktivitas dakwah dimulai dari adanya seorang komunikator (sender, pengirim pesan, da'i). Dalam perspektif islam, setiap muslim adalah komunikator dakwah karena dakwah merupakan kewajiban individual setiap muslim.

Agar komunikasi dakwah efektif, maka seorang komunikator diharapkan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik, dalam menjalankan komunikasi dakwah, misalnya kemampuan berkomunikasi dalam mempengaruhi mad'u. Dibutuhkan juga kemampuan dalam penguasaan bahasa yang jelas dan pemilihan materi yang sesuai dengan keadaan masyarakat yang sedang dialami.

Komunikasi dakwah efektif penting, supaya timbul pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan dan pengalaman beragama, sebagaimana yang diharapkan tanpa ada paksaan dan tekanan apapun. Berdasarkan teori-teori komunikasi yang ada, komunikator disebut efektif jika memiliki beberapa indikator, yakni: *credibility, capability, clarity, symphaty*, dan *enthusiasity*.<sup>10</sup>

Salah satu unsur dakwah yang merupakan syarat tersebarnya dakwah yaitu media. Banyak media yang pantas dijadikan sebagai sarana untuk berdakwah. Media komunikasi massa meliputi media cetak, elektronik, dan internet (multimedia). Media cetak seperti Koran, majalah, tabloid dan buku memiliki karakter yang perlu dipahami agar dapat mengoptimalkan penggunaannya. jenis media ini dikenal lebih mendalam dalam menyajikan beritanya.

---

<sup>10</sup>Nisa, H. (2016). Komunikasi yang Efektif dalam Pendidikan Karakter. *UNIVERSUM: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan*, 10(1). Hlm 51

Sementara itu, media elektronik (televisi dan radio) serta multimedia (internet) berkembang cepat sehingga kita tidak mengalami keterbatasan untuk menyebarkan informasi, mencari dan menyimpan informasi untuk penggunaan di masa depan. Media elektronik memiliki keunggulan, yaitu lebih cepat dalam menyampaikan informasi, unggul, lebih banyak menggunakan bahasa ucapan dan pesan-pesan vokal, serta dapat disimak oleh khalayak yang tidak berminat atau orang yang tidak terlibat.

Seiring berkembangnya zaman, media untuk berdakwah semakin berkembang. Perkembangan media informasi khususnya televisi, membuat dunia semakin dekat, meskipun arus informasi yang mengalir mempunyai dampak tersendiri, baik dampak positif maupun dampak negatif.

Televisi merupakan media audio-visual, yang juga sering disebut sebagai media pandang dengar. Terdapat banyak manfaat jika televisi menyuguhkan siaran-siaran yang mampu mengubah kondisi pemirsa dari yang tidak baik menjadi kondisi yang lebih baik.<sup>11</sup>

Pada bulan Ramadhan orang-orang muslim sangat membutuhkan siraman rohani yang lebih banyak lagi dibandingkan di bulan-bulan yang lainnya. Setiap stasiun televisi berlomba-lomba membuat program siaran yang berkualitas dari berbagai segi. Hal inilah yang menuntut programmer dan tim redaksi stasiun televisi di Indonesia untuk membuat suatu program dakwah yang menarik serta mampu diterima dengan mudah oleh audiens ketika program tersebut disiarkan di televisi. Selain itu audiens juga harus mengkritisi berbagai program yang telah disiarkan oleh stasiun televisi.<sup>12</sup>

Televisi memperlihatkan bagaimana kehidupan orang lain dan memberikan ide bagaimana menjalani kehidupan dengan benar sesuai ajaran Islam. Seperti halnya program acara “AKSI ASIA (Akademi Sahur Asia)”. Sebuah ajang pencarian bakat ustadz dan ustadzah terbaik se Asia,

---

<sup>11</sup><http://muslimheadsrafc.blogspot.com/011/03/perkembangan-media-dakwah.html?m=1>

<sup>12</sup>Susi Susanti, *Opini Penonton Tentang Program Siaran Dakwah Aksi Indosiar (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)*. Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2018).hlm. 4

yang diikuti oleh Negara Indonesia, Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Timor Leste, dan dilaksanakan selama bulan Ramadan. Acara ini merupakan program kombinasi antara reality dan variety show yang bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah yang memiliki karakter unik dalam menyampaikan dakwahnya.<sup>13</sup>

Acara ini dibuat oleh Indosiar dengan tujuan untuk memupuk nafas Islam yang positif, dan juga bertujuan untuk menghimpun persaudaraan antar negara-negara di wilayah Asia.<sup>14</sup>

Salah satu peserta yang unik daripada peserta yang lain yaitu ILAL. Merupakan da'i muda yang kembar asal Garut. Perwakilan Indonesia dalam ajang AKSI ASIA pada bulan Ramadan tahun lalu. Gaya ceramahnya yang kekinian, ditunjang dengan pemilihan kosakata yang tepat, membuat ILAL menjadi sosok yang diidolakan. Selain itu, ILAL saat menyampaikan ceramahnya di AKSI ASIA menyampaikan dengan gesture tubuh yang menarik dan badan yang tegak. Sesekali mereka saling bergantian tempat dan membungkuk saling bergantian merespon kata-kata. Seperti saat menyampaikan dalil Al Qur'an surat Saba ayat 39, dengan beriringan mereka menggerakkan tangan, maju dan mundur sesuai dengan kata-kata yang mereka sampaikan. Setiap diakhir ceramah saat AKSI ASIA ILAL selalu mengucapkan kata "undhur man qoola wa la tandhur man qoola" sambil menggerakkan tangan dan berhadapan.

Pada penelitian ini, da'i yang diteliti merupakan da'i kembar, kedua da'i tersebut memiliki cara penyampaian materi yang sama, mulai dari gaya bahasa, gaya suara, dan gaya tubuh saat menyampaikan materi. Dalam menyampaikan materi yang di bawanya serius, tetapi tidak tegang sehingga apa yang disampaikan dapat di terima oleh mad'u. bukan hanya serius, pengolahan kata dan gerak tubuh saat menyampaikan materi juga

---

<sup>13</sup>"Indonesia Gelar Akademi Sahur Indonesia| Republika Online" *Republika Online*. Diakses tanggal 06-06-2018

<sup>14</sup>Posberitakota, Redaksi (2017-05-04)."Indosiar Gelar AKSI Asia Temani Pemirsa Sahur- Brita terkini seputar Jabodetabek"

sangat kompak dilakukan oleh mereka, sehingga audiens tertarik untuk tetap memperhatikan materi yang sedang disampaikan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana “Gaya Komunikasi Ustadz ILAL Dalam Program Acara AKSI ASIA Di Indosiar”.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Gaya Komunikasi**

Menurut Norton dalam Allen,dkk 2006 gaya komunikasi didefinisikan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbali dan para verbali, untuk memberi tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti.

Gaya komunikasi adalah jendela untuk memahami bagaimana dunia memandang seseorang sepenuhnya sebagai suatu kepribadian unik. Hal ini mempengaruhi hubungan seseorang, karir, dan kesejahteraan emosional. Dengan memahami gaya komunikasi akan memungkinkan seseorang bekerja pada aspek yang didapati sebagai sesuatu yang negatif.

Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika marah, gembira, sedih, tertarik, atau bosan. Begitu juga dengan seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal, dan dengan anak-anak akan berbicara dengan gaya yang berbeda-beda.<sup>15</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi sendiri adalah suatu perilaku antar pribadi yang terspesialisasi dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula.

---

<sup>15</sup> Isti Novitasari, *Studi Deskriptif Gaya Komunikasi Mertua Perempuan dengan Menantu Perempuan yang tinggal Dalam Satu Rumah Di Kelurahan Tanjung*. Skripsi. (Purwokerto : Universitas Muhammadiyah Purwokerto , 2016). Hlm. 14-15

## 2. Dakwah Ustadz ILAL

ILAL merupakan nama panggung, nama aslinya yaitu Ilyasa Wijaya Kusuma dan Alyasa Wijaya Kusuma. ILAL adalah dua remaja yang usianya masih sangat muda, si kembar ini ternyata berasal dari Garut, Jawa Barat, Indonesia.<sup>16</sup> “ILAL belajar dakwah dai Pondok Pesantren Darussalam, Garut. Di pondok tersebut ada kegiatan namanya muhadaroh setiap minggu tiga kali. Bahasa Inggris, Bahasa Arab, dan Bahasa Indonesia”. Kata Al saat ditanya kemampuan berdakwahnya berasal dari siapa.<sup>17</sup>

Sejak tamat SD, ILAL memperoleh kemampuan berdakwah di Pondok Pesantren tersebut. Pada awal 2005 lalu, ILAL yang awalnya berdakwah sendiri-sendiri, bergabung dan mengikuti ajang aksi indosiar. Mereka meraih juara 2. “Kelas 3 SMP digabung jadi ILAL dan masuk Aksi Indosiar 2015. Saat itu dapat juara dua.” Kata AL yang kini sudah kelas 3 SMA.<sup>18</sup>

Dalam AKSI ASIA 2018, ILAL menjadi peserta perwakilan dari Indonesia yang menjuarai AKSI ASIA 2018. ILAL berhasil mendapatkan poin tertinggi mengalahkan peserta dari Negara asia yang lain, ILAL berhasil mengharmkan nama bangsa dengan mencetak juara pertama. Selain wajah menawan, di usia yang masih belia mereka sudah menjadi sosok panutan bagi remaja seusianya, terutama tentang ilmu – ilmu agama.

## 3. Aksi Asia Indosiar

Salah satu stasiun televisi yang menayangkan bernuansa dakwah pada saat Ramadhan yaitu Indosiar. Yang dinamai dengan Akademi Sahur Indonesia (AKSI). Sebuah ajang pencarian bakat ustadz dan ustadzah terbaik se Asia, yang diikuti oleh Negara Indonesia, Malaysia,

<sup>16</sup> <http://www.kabarnusantara.id/ilal-si-kembar-asli-garut-jadi-juara-aksi-asia-2018/>

<sup>17</sup> <http://m.fimela.com/news-entertaient/read/3554896/il-dan-al-jagoan-ustaz-wijayanto-di-aksi-asia-2018>

<sup>18</sup> <http://m.fimela.com/news-entertaient/read/3554896/il-dan-al-jagoan-ustaz-wijayanto-di-aksi-asia-2018>

Singapura, Brunei Darussalam, Timor Leste, dan dilaksanakan selama bulan Ramadan. Acara ini merupakan program kombinasi antara reality dan variety show yang bertujuan untuk mencari ustadz dan ustadzah yang memiliki karakter unik dalam menyampaikan dakwahnya.<sup>19</sup>

Pada tahun sekarang, acara ini memasuki tahun ke tujuh sejak 07 Juli 2013 yang disiarkan oleh indosiar. Tayang selama bukan Ramadhan pada waktu sahur pukul 20.00 WIB. Tujuan dari program AKSI indosiar ini yaitu untuk mencari ustadz ustadzah yang memiliki karakter unik dan khas serta berkat dalam menyampaikan ajaran islam yang baik dan benar. Program *Talent show* ini dipandu oleh abdel, Irfan Hakim, Gilang Dirga, dan Uyaina. Sedangkan para komentator diantaranya Ustadz Subkhi Al Bughury, Mamah Dedeh, Ustadz Ahmad AlHabsyi, Gus Candra Malik dan Ustadz Wijayanto. Sebuah ajang kompetisi, Akademi Sahur Indonesia akan memulangkan finalis yang diistilahkan "Mudik" yang diberi penilaian kurang maksimal oleh para komentator dan kurang dari segi dukungan SMS.<sup>20</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :

Apa gaya komunikasi ustadz ILAL dalam program acara AKSI ASIA di Indosiar?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti oleh peneliti, maka tujuan dan manfaat penelitian yang akan dilakukan yaitu :

#### 1. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui gaya komunikasi dakwah Ustadz ILAL dalam program acara AKSI ASIA di Indosiar.

<sup>19</sup><https://republika.co.id/berita/mpfwnc/indosiar-gelar-akademi-sahur-indonesia>

<sup>20</sup>Susi Susanti, *Opini Penonton Tentang Program Siaran Dakwah Aksi Indosiar (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang)*. Skripsi (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2018).hlm. 3

## E. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan sebagai pengembangan teoritis terkait kajian dibidang komunikasi dan dapat memberikan gambaran tentang nilai-nilai keIslaman, seperti Akhlaq, aqidah, dan syariah dalam gaya komunikasi dakwah Ustadz ILAL dalam program acara AKSI ASIA di Indosiar.

#### b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan gambaran apa pesan dakwah yang disampaikan melalui dakwah, agar dakwah berjalan dengan efektif.

## F. Kajian Pustaka

Dalam penulisan ini, peneliti merujuk pada buku-buku, majalah, jurnal, dan skripsi sebagai bahan kajian penelitian yang berhubungan dengan gaya komunikasi dakwah. Buku yang digunakan diantaranya buku Komunikasi Dakwah karya Wahyu Ilahi. Ada juga skripsi-skripsi yang digunakan dalam kajian yang membahas tentang gaya komunikasi dakwah.

*Pertama*, Skripsi yang ditulis oleh Ferdian , Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta lulusan tahun 2013 yang berjudul *Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Sholeh Mahmoed (Ustadz Solmed) dalam berdakwah*. Dalam penelitian tersebut peneliti menyimpulkan bahwa Ustadz Solmed dalam berdakwah lebih condong memiliki gaya komunikasi konteks rendah, meskipun terdapat perpaduan antara sisi-sisi positif gaya komunikasi konteks tinggi dan gaya komunikasi konteks rendah.<sup>21</sup>

Kajian yang membedakan skripsi ini dengan skripsi Ferdian yaitu penelitian ini membahas tentang gaya komunikasi dakwah seorang da'I , sedangkan penelitian Ferdian membahas tentang analisis deskriptif gaya komunikasi.

---

<sup>21</sup> Ferdian, *Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Sholeh Mahmoed (Ustadz Solmed) dalam berdakwah. Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatulloh, 2013)

*Kedua*, Skripsi yang ditulis oleh Arta Listyani Putri Mahasiswa UIN Sunan Ampel lulusan tahun 2019 yang berjudul *Gaya Komunikasi Ustadz Heru Kusumahadi Dalam Kajian Siap Nikah Muda (SIANIDA) Di Surabaya*. Dalam penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa gaya komunikasi yang dilakukan oleh Ustadz Heru Kusumahadi dalam kajian Siap Nikah Muda (SIANIDA) mengacu pada enam gaya yakni *:the controlling style, the equalitarian style of communication, the structuring style, the relinquishinh style, dan the withdrawal style*.<sup>22</sup>

Kajian yang membedakan skripsi ini dengan skripsi Arta Listyani Putri yaitu penelitian ini membahas tentang gaya komunikasi seorang da'i, sedangkan penelitian Arta Listyani Putri membahas tentang gaya komunikasi yang mengacu pada enam gaya.

*Ketiga*, Skripsi yang ditulis oleh Wayati Mahasiswa STAIN Purwokerto lulusan tahun 2007 yang berjudul *Retorika Dakwah Ustadz Jefri Al Bukhori*. Dalam penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa Retorika dakwah Ustadz Jefri Al Bukhori lebih mengedepankan seni dan ekspresi, karena itu merupakan segmen utama untuk menarik perhatian masyarakat.<sup>23</sup>

Penelitian yang membedakan skripsi ini dengan skripsi Wayati yaitu penelitian ini membahas tentang gaya komunikasi dakwah, sedangkan penelitian Wayati membahas tentang retorika dakwah.

*Keempat*, Skripsi yang ditulis oleh Siti Soliah Mahasiswa UIN Sumatera Utara lulusan tahun 2017 yang berjudul *Gaya Komunikasi Dai Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Karyawan PTPN III Kebun Sei Baruhur*. Dalam penelitian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa gaya komunikasi dai yang dipakai dalam meningkatkan ukhuwah islamiyah karyawan PTPN III Kebun Sei Baruhur yaitu gaya komunikasi tegas (*assertivestyle*), gaya seorang yang berkomunikasi secara tegas mempertahankan dan membela hak-hak sendiri demi mempertahankan hak-hak untuk orang lain, sedangkan gaya komunikasi yang digunakan dai dalam

---

<sup>22</sup> Arta Listyani Putri, *Gaya Komunikasi Ustadz Heru Kusumahadi Dalam Kajian Siap Nikah Muda (SIANIDA) Di Surabaya*. Skripsi (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2019)

<sup>23</sup>Wayati, *Retorika Dakwah Ustadz Jefri Al Bukhori*. Skripsi (Purwokerto: STAIN, 2007)

meningkatkan ukhuwah islamiyah *Emitive style* yaitu gaya komunikasi seseorang yang selalu aktif namun lembut, dia mengambil inisiatif sosial, merangkul orang dengan informal, menyatakan pendapat secara emosional.<sup>24</sup>

Penelitian yang membedakan antara skripsi ini dengan skripsi Siti Soliah yaitu skripsi ini membahas tentang gaya komunikasi, sedangkan skripsi Siti Soliah membahas tentang gaya seseorang yang berkomunikasi secara tegas untuk mempertahankan hak-hak orang lain.

*Kelima*, Skripsi yang ditulis oleh Ina Sri Rahmawati yang berjudul *Gaya Retorika Dakwah Ustadz Felix Siauw melalui media Youtube*. Penelitian ini menggunakan metode konten analisis yang bertujuan untuk menggunakan pesan atau isi yang tersurat dan tersirat dalam sebuah dokumentasi. Penulis menyimpulkan bahwa gaya retorika dari segi bahasa adalah Ustadz Felix Siauw merupakan ustadz yang sangat mahir dalam meracik kata-kata, kata-kata yang bergelora memberikan semangat keislaman yang tinggi sehingga membuat khalayak lebih semangat bahkan menjiwai menikmati kata demi kata sehingga menimbulkan ketertarikan sendiri.

Penelitian yang membedakan antara penelitian ini dengan skripsi yang ditulis oleh Ina Sri Rahmawati yaitu penelitian ini membahas tentang gaya komunikasi, sedangkan penelitian dari Ina Sri Rahmawati membahas tentang gaya retorika Ustadz Felix Siauw sari segi vocal (tata bunyi).

*Keenam*, Skripsi yang ditulis oleh Acep Iqbal Hidayatulloh yang berjudul *Retoika Tabligh Kyai Maman Imanulhaq ( analisis isi terhadap video kekuatan do'a)*. penelitian yang ditulis oleh Acep Iqbal Hidayatulloh menggunakan metode analisis wacana untuk menelaah aneka fungsi bahasa. KH Maman Imanulhaq dalam ceramahnya disesuaikan dengan sosio-kultural daerah setempat. Bahasa yang digunakan pun ringan sehingga mudah dipahami.

Penelitian yang membedakan antara penelitian penulis dengan penelitian yang ditulis oleh Acep Iqbal Hidayatulloh yaitu penelitian ini

---

<sup>24</sup>Siti Soliah *Gaya Komunikasi Dai Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Karyawan PTPN III Kebun Sei Baruhur. Skripsi* (Sumatera Utara:UIN Sumatera Utara, 2017)

menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman, sedangkan penelitian Acep Iqbal Hidayatulloh menggunakan metode analisis wacana.

Dari keenam penelitian diatas berupa skripsi yang memiliki persamaan dan penelitian yang akan diteliti yaitu sama-sama membahas tentang gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan pesan-pesan kepada mad'u (penerima pesan). Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memfokuskan tentang bagaimana gaya komunikasi seorang dai kembar dalam menyampaikan pesan dakwahnya terhadap mad'u (penerima pesan), dan mengamati gaya komunikasi dakwah pada media *Youtube*.

#### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan suatu susunan atau urutan dari penulisan skripsi untuk memudahkan dan memahami isi proposal skripsi ini, maka penulis menyusun penelitian ini kedalam lima bab dengan sub judul masing-masing sebagai berikut :

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis menyajikan tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang Gaya Komunikasi ,Da'i, Program acara AKSI ASIA Indosiar yang digunakan untuk mengolah data-data yang diperlukan.

##### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik analisis data, dan teknik teknik pengumpulan data.

##### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Berisi tentang Profil Ustadz ILAL, penyajian dan analisis data berdasarkan teknik analisis Miles dan Huberman.

##### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian penulis.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa Gaya Komunikasi yang digunakan ILAL saat mengikuti ajang Aksi Asia 2018 di Indosiar yaitu *The Controlling Style*, yaitu gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan dan ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Namun, ILAL juga menggunakan beberapa aspek gaya komunikasi yang lain, seperti *Dramatic*, yaitu seseorang yang berkomunikasi cenderung berlebihan, menggunakan hal-hal yang menganung kiasan, metafora, cerita, fantasi, dan permainan suara. *Animated Expensive*, yaitu warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan. *Argumentative*, yaitu komunikator cenderung berargumen dan agresif dalam berargumen. *Friendly*, yaitu komunikator bersikap ramah tamah dan sopan saat menyampaikan pesan, kepada penerima pesan.

#### **B. Saran**

Beberapa saran yang peneliti tulis, yang ditunjukkan kepada dai yang bersangkutan selaku pendakwah, yakni :

1. Untuk memiliki skill/kemampuan sebagai pendakwah yang lebih baik, tetaplah semangat dan terus menggali potensi diri.
2. Hendaknya tidak bosan dalam belajar, mencari perbandingan dalam kegiatan berdakwah, sehingga menambah wawasan dan tingkat kreatifitas.

#### **C. Penutup**

Segala puji bagi Alloh Tuhan Semesta Alam, yang telah memberikan Rahmat, Hidayat, nikmat sehat, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, walaupun dengan berbagai kendala dan keterbatasan.

Penulis menyadari, meskipun dalam penelitian ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak jauh dari kekeliruan

dan kesalahan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk memperbaiki.

Akhirnya, hanya Kepada Allah SWT penulis memohon agar dipetunjuk dari segala kekhilafan. Penulis berharap, semoga skripsi yang ditulis dapat bermanfaat kelak dikemudian hari oleh semua orang yang membaca.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.H, Hasanuddin. 1982. *Retorika Da'wah Publisistik dalam Kepemimpinan*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Alkusani, Mida. 2019. *Analisis Konten dakwah remaja dalam akun instagram @hanan\_attaki. Skripsi*. Purwokerto: IAIN Purwokerto.
- Amelia, Rizka. 2017 *Gaya komunikasi Dai Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Karyawan PTPN III Kebun Sei Baruhur Skripsi*. Lampung: Universitas Lampung, 2017
- Aripudin, Acep. 2016. *Sosiologi Dakwah*. Bandung :PT Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Dewi, Fitriana Utami. 2014. *Public Speaking kunci sukses bicara di depan public, Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fajrie, M. 2017. *Gaya Komunikasi Masyarakat Pesisir Wedung Jawa Tengah. INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*.
- Ferdian. 2013. *Analisis Deskriptif Gaya Komunikasi Ustadz Sholeh Mahmood (Ustadz Solmed) dalam berdakwah. Skripsi* .Jakarta: UIN Syarif Hidayatulloh.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Press.
- H, Nisa. 2016. *Komunikasi yang Efektif dalam Pendidikan Karakter. UNIVERSUM: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan*, 10(1).
- Hamidi. 2010. *Teori KOMunikasi dan Strategi Dakwah*, Malang : UMM Press.
- Hasjmy, Ali. 1974. *Dustur Da'wah menurut Al Qur'an*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi Media, Teknologi, dan masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hovland, Carl I.1953. *Source Credibilit and Communication Effectiveness*. Winter: Public Opinion Quarterly.
- J. Kurniawan, F. 2014. *Analisa pengaruh visibility, credibility, attraction, dan power celebrity endorser terhadap brand image bedak marcks venus. Jurnal Strategi Pemasaran*.

- Jaya, Arman, Dr. Mahyuzar, Drs, M. Si . 2020. *Gaya Komunikasi Karyawan PT. Bank Aceh Dalam Melayani Nasabah Di Kecamatan Syiah Kuala*. Banda Jurnal ilmiah mahasiswa : FISIP Unsyiah, Volume 5.
- L. Hutapea. 2016. *Gaya Komunikasi Interpersonal Orangtua dalam Mencegah Penyalahgunaan Narkoba pada Remaja di Desa Cinta Rakyat Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang*. AL-BALAGH: Jurnal Komunikasi Islam.
- M.A Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*, Bandung: Rosda Karya.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Muhammad Amirul Asyraf. 2018. *Sifat dan kriteria Dai menurut Islam*. Skripsi . Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar Raniry.
- Muhtadi, Saeful Asep, Dkk. 2003. *Metode Penelitian Dakwah*, Bandung : Pustaka Setia.
- Novitasari, Isti. 2016. *Studi Deskriptif Gaya Komunikasi Mertua Perempuan dengan Menantu Perempuan yang tinggal Dalam Satu Rumah Di Kelurahan Tanjung*.Skripsi. Purwokerto : Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Oriza, Yan. *Analisis Hermeneutik Gaya Komunikasi Dai Di Kota Medan*. Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi.
- Putri, Arta Listyani. 2019. *Gaya Komunikasi Ustadz Heru Kusumahadi Dalam Kajian Siap Nikah Muda (SIANIDA) Di Surabaya*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Rosdakarya.
- S. maarif, Bambang. 2018. *Komunikasi Dakwah*, Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- Saeful Muhtadi, Asep. 2012. *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, Dan Aplikasi*, Bandung : Simbosa Rekatama Media.
- Shihab, M.Quraish. 2001. *Tafsir Al-Mishbah Volume 2*. Tangerang: Penerbit Lentera Hati.
- Soliah, Siti. 2017. *Gaya Komunikasi Dai Dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah Karyawan PTPN III Kebun Sei Baruhur*. Skripsi. Sumatera Utara:UIN Sumatera Utara, 2017.

Susanti, Susi. 2018. *Opini Penonton Tentang Program Siaran Dakwah Aksi Indosiar (Studi terhadap Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang). Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Tasmara, Toto. 1997. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama.

Vardiansyah, Dani. 2005. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Indeks.

Wayati. 2007. *Retorika Dakwah Ustadz Jefri Al Bukhori. Skripsi*. Purwokerto: STAIN.

