

ETIKA PENYIARAN ISLAM DALAM DAKWAH DIGITAL: ANALISIS RETORIKA KOMUNIKASI USTADZ ADI HIDAYAT DI MEDIA SOSIAL

Ramlah Arraihanah¹, Mahmudin²

arraihanahramlah@gmail.com¹, mahmuddin.dakwah@uin-alaududdin.ac.id²

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis retorika komunikasi dakwah digital Ustadz Adi Hidayat dalam perspektif etika penyiaran Islam di media sosial. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya otoritas dakwah digital di tengah masifnya penggunaan media sosial sebagai ruang penyebaran pesan keagamaan. Studi sebelumnya cenderung berfokus pada efektivitas dakwah digital dan isi pesan dakwah, sementara aspek retorika komunikasi dalam perspektif etika penyiaran Islam masih relatif terbatas dikaji. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap video dakwah pada kanal YouTube Adi Hidayat Official. Analisis dilakukan menggunakan teori retorika Aristoteles yang mencakup ethos, pathos, dan logos, serta dikaitkan dengan prinsip etika komunikasi Islam seperti qaulan sadidan, tabayyun, dan mau'izhah hasanah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa retorika dakwah Adi Hidayat didominasi oleh penguatan ethos melalui legitimasi dalil Al-Qur'an dan hadis, penggunaan logos melalui argumentasi sistematis, serta pathos melalui narasi emosional yang persuasif. Penelitian ini juga menemukan bahwa retorika dakwah digital tidak hanya membentuk efektivitas komunikasi, tetapi juga membangun otoritas keagamaan di ruang digital. Dalam perspektif etika penyiaran Islam, penggunaan retorika tersebut cenderung memenuhi prinsip komunikasi Islami yang menekankan kejujuran, kebijaksanaan, dan tanggung jawab sosial. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, khususnya terkait relasi antara retorika, otoritas digital, dan etika penyiaran Islam.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Retorika Komunikasi, Etika Penyiaran Islam, Otoritas Digital, Adi Hidayat.

PENDAHULUAN

Perkembangan dakwah lewat media digital kian pesat seiring dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet serta platform media sosial. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tingkat akses internet mencapai 82% dari total populasi pada tahun 2025, yang menciptakan peluang besar bagi dakwah untuk menjangkau lebih banyak orang. Para pemimpin agama saat ini semakin menyadari perlunya beradaptasi dalam cara mereka berinteraksi dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan. Langkah ini memastikan bahwa ajaran agama tidak hanya diterima oleh masyarakat melalui metode tradisional, tetapi juga dapat diakses dengan lebih efektif oleh generasi digital yang memiliki ciri khas tersendiri, seperti keterhubungan yang lebih intens dengan internet, media sosial, serta berbagai saluran komunikasi modern yang cepat, interaktif, dan mengatasi batasan ruang dan waktu.

Meskipun penelitian mengenai dakwah digital telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah, analisis isi pesan keagamaan, serta pengaruh dakwah terhadap audiens. Penelitian mengenai retorika komunikasi dakwah digital dalam perspektif etika penyiaran Islam masih relatif terbatas, khususnya pada figur pendakwah populer di media sosial. Padahal, penggunaan retorika dalam dakwah digital tidak hanya berkaitan dengan efektivitas persuasi, tetapi juga menyangkut tanggung jawab etis dalam membangun otoritas keagamaan di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian tersebut dengan

menganalisis retorika komunikasi dakwah Adi Hidayat melalui pendekatan etika penyiaran Islam.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap dakwah secara signifikan. Media sosial, sebagai platform komunikasi yang dominan, menawarkan peluang baru bagi penyebaran pesan-pesan keagamaan. Ustadz Adi Hidayat, sebagai salah satu tokoh agama yang aktif di media sosial, memanfaatkan platform seperti YouTube untuk menyampaikan dakwahnya kepada khalayak luas. Namun, penggunaan media sosial dalam dakwah juga menimbulkan tantangan etis, terutama terkait dengan penggunaan retorika komunikasi. Retorika, sebagai seni berbicara dan menulis yang efektif, dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara persuasif, tetapi juga berpotensi disalahgunakan untuk memanipulasi audiens. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika penyiaran Islam dalam dakwah digital, dengan fokus pada analisis retorika komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Adi Hidayat di media sosial.

Latar belakang penelitian ini dilandasi oleh beberapa faktor. Pertama, pesatnya penetrasi media sosial di kalangan masyarakat, termasuk umat Islam, telah mengubah cara orang mengakses informasi dan berinteraksi dengan tokoh agama. Kedua, penggunaan retorika dalam dakwah, meskipun merupakan hal yang wajar, perlu dikaji secara kritis untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai etika Islam. Ketiga, Ustadz Adi Hidayat, sebagai salah satu tokoh agama yang memiliki pengaruh besar di media sosial, menjadi subjek yang relevan untuk dianalisis. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: (1) Bagaimana Ustadz Adi Hidayat menggunakan retorika komunikasi dalam menyampaikan pesan dakwahnya di media sosial? (2) Strategi retorika apa saja yang paling dominan digunakan? (3) Bagaimana implikasi etis dari penggunaan retorika tersebut? (4) Bagaimana model literasi media yang berkebhinnekaan dalam menganalisis informasi palsu (hoax) dalam berita di media sosial?

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Mengidentifikasi dan menganalisis penggunaan retorika komunikasi oleh Ustadz Adi Hidayat dalam dakwah digitalnya. (2) Mengidentifikasi strategi retorika yang dominan digunakan. (3) Menganalisis implikasi etis dari penggunaan retorika tersebut. (4) Memberikan rekomendasi untuk praktik dakwah yang lebih etis dan efektif di era digital.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten terhadap video dakwah pada kanal YouTube Adi Hidayat Official. Objek penelitian terdiri atas 10 video dakwah yang diunggah selama periode Januari–Maret 2026. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) video bertema akidah, syariah, dan akhlak; (2) memiliki jumlah penonton di atas 500.000 views; dan (3) memuat interaksi dakwah secara langsung dengan audiens.

Unit analisis dalam penelitian ini meliputi penggunaan retorika ethos, pathos, dan logos dalam penyampaian pesan dakwah. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan transkripsi isi video. Analisis data dilakukan menggunakan model analisis tematik melalui tahapan reduksi data, kategorisasi retorika, interpretasi makna, dan penarikan kesimpulan. Validitas data diperkuat melalui triangulasi teori antara retorika Aristoteles dan etika komunikasi Islam.

Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah pedoman analisis konten. Pedoman ini dirancang untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen retorika dalam video dakwah Ustadz Adi Hidayat. Pedoman ini mencakup beberapa aspek, yaitu: (1) Identifikasi

elemen ethos (kredibilitas pembicara), yang meliputi penampilan, gaya bicara, dan penggunaan sumber-sumber yang kredibel. (2) Identifikasi elemen pathos (daya tarik emosional), yang meliputi penggunaan bahasa yang menggugah emosi, cerita-cerita inspiratif. (3) Identifikasi elemen logos (logika dan argumen), yang meliputi penggunaan logika, bukti-bukti, dalil-dalil Al-Qur'an dan Hadis, serta penjelasan yang sistematis. (4) Identifikasi teknik komunikasi persuasif lainnya, seperti penggunaan repetisi, metafora, dan analogi. (5) Analisis etika penyiaran, yang meliputi identifikasi potensi penyebaran informasi yang salah (hoax) dan ujaran kebencian.

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian meliputi beberapa tahapan: (1) Pemilihan video: Peneliti memilih sejumlah video dakwah Ustadz Adi Hidayat dari kanal YouTube "Adi Hidayat Official" berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. (2) Penontonan dan transkripsi: Peneliti menonton video secara cermat dan mentranskripsikannya ke dalam bentuk tulisan. (3) Analisis konten: Peneliti menganalisis transkrip video menggunakan pedoman analisis konten yang telah disusun. Analisis dilakukan secara sistematis untuk mengidentifikasi elemen-elemen retorika dan teknik komunikasi persuasif lainnya. (4) Interpretasi: Peneliti menginterpretasikan temuan analisis konten untuk memahami bagaimana Ustadz Adi Hidayat menggunakan retorika dalam dakwahnya dan bagaimana implikasi etisnya. (5) Penarikan kesimpulan: Peneliti menarik kesimpulan berdasarkan temuan analisis dan interpretasi data.

Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik analisis konten kualitatif. Analisis dilakukan secara bertahap, mulai dari identifikasi elemen-elemen retorika, analisis pola penggunaan retorika, hingga interpretasi makna dan implikasi etisnya. Peneliti menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam video dakwah Ustadz Adi Hidayat. Data disajikan dalam bentuk deskripsi naratif, disertai dengan contoh-contoh kutipan dari video untuk mendukung temuan. Analisis data dilakukan secara mendalam dan komprehensif untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Historis dan Riwayat Hidup Ustadz Adi Hidayat

Adi Hidayat merupakan salah satu pendakwah kontemporer Indonesia yang dikenal luas melalui aktivitas dakwah di berbagai platform digital. Ia lahir di Pandeglang, Banten, pada 11 September 1984. Sejak usia muda, Adi Hidayat telah menunjukkan ketertarikan yang besar terhadap pendidikan Islam, khususnya dalam bidang Al-Qur'an, hadis, dan ilmu bahasa Arab. Latar belakang pendidikan agama yang kuat menjadi fondasi utama dalam membentuk karakter dakwahnya yang sistematis, argumentatif, dan berbasis dalil. Pendidikan dasar hingga menengah ditempuh di lingkungan pendidikan Islam. Sejak masa sekolah, ia dikenal aktif dalam kegiatan keagamaan dan memiliki kemampuan menghafal Al-Qur'an. Ketertarikannya terhadap studi Islam membawanya melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi yang berfokus pada kajian keislaman dan bahasa Arab. Penguasaan terhadap tafsir, hadis, fikih, dan linguistik Arab menjadi salah satu ciri khas yang tampak dalam ceramah-ceramahnya. Dalam perkembangan dakwahnya, Ustadz Adi Hidayat memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan. Dakwah yang awalnya dilakukan melalui majelis taklim dan forum pengajian kemudian berkembang secara luas melalui platform YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. Kehadiran media sosial menjadikan ceramahnya dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, khususnya generasi muda Muslim yang aktif di ruang digital.

Popularitas Ustadz Adi Hidayat meningkat karena gaya komunikasinya yang khas, yaitu penyampaian materi secara runtut, ilmiah, namun tetap komunikatif. Ia dikenal mampu menjelaskan persoalan agama dengan bahasa yang mudah dipahami tanpa menghilangkan kedalaman substansi keilmuan. Dalam banyak ceramahnya, ia sering mengutip ayat Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama secara detail serta menjelaskan konteksnya secara sistematis. Hal tersebut membangun citra dirinya sebagai pendakwah yang memiliki kredibilitas intelektual dan otoritas keagamaan di ruang digital. Selain aktif berdakwah, Ustadz Adi Hidayat juga terlibat dalam berbagai kegiatan pendidikan dan sosial keagamaan. Ia mendirikan dan membina lembaga dakwah serta pendidikan Islam yang berfokus pada pengembangan ilmu Al-Qur'an dan pembinaan generasi Muslim. Aktivitas tersebut memperlihatkan bahwa dakwah yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada ceramah publik, tetapi juga pada penguatan pendidikan Islam secara berkelanjutan. Dalam konteks dakwah digital, Ustadz Adi Hidayat menjadi salah satu figur yang berhasil memanfaatkan media sosial sebagai ruang komunikasi keagamaan yang edukatif dan moderat. Gaya retorika yang santun, argumentatif, dan berbasis pengetahuan menjadikan dakwahnya diterima luas oleh masyarakat. Kehadirannya di media sosial menunjukkan bagaimana otoritas keagamaan pada era digital tidak hanya dibangun melalui institusi formal, tetapi juga melalui kemampuan komunikasi dan interaksi di ruang publik digital.

Fenomena popularitas dakwah digital Ustadz Adi Hidayat juga menunjukkan perubahan pola konsumsi informasi keagamaan di masyarakat. Media sosial kini menjadi salah satu sumber utama masyarakat Muslim dalam memperoleh pengetahuan agama. Oleh karena itu, figur pendakwah digital seperti Ustadz Adi Hidayat memiliki peran penting dalam membentuk pemahaman keagamaan publik sekaligus menjaga etika komunikasi Islam di tengah arus informasi digital yang cepat dan dinamis.

Penggunaan Retorika dalam Dakwah Adi Hidayat

Ustadz Adi Hidayat dikenal sebagai salah satu pendakwah digital yang memiliki kemampuan retorika komunikasi yang kuat dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman di media sosial. Keberhasilan dakwahnya tidak hanya ditentukan oleh penguasaan materi keagamaan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang mampu membangun kedekatan emosional, kredibilitas intelektual, dan kekuatan argumentasi di hadapan audiens digital. Penelitian ini menemukan bahwa retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat dapat dianalisis melalui tiga elemen utama retorika Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Munawwarah, 2024). Ketiga elemen tersebut saling melengkapi dalam membentuk komunikasi dakwah yang persuasif, edukatif, dan efektif di era media digital.

1. Ethos (Kredibilitas dan Otoritas Keilmuan)

Dominasi penggunaan *ethos* dalam dakwah digital Ustadz Adi Hidayat menunjukkan bahwa otoritas keagamaan di media sosial dibangun melalui legitimasi keilmuan, kapasitas intelektual, serta kemampuan argumentatif dalam menjelaskan dalil-dalil Islam secara sistematis. *Ethos* tidak hanya terlihat dari latar belakang pendidikan dan penguasaan ilmu agama, tetapi juga tercermin dalam gaya penyampaian yang tenang, terstruktur, dan penuh keyakinan. Dalam berbagai ceramah digitalnya, Ustadz Adi Hidayat secara konsisten mengutip ayat Al-Qur'an, hadis, serta pendapat ulama klasik maupun kontemporer sebagai dasar argumentasi. Penyampaian dalil dilakukan secara runtut dan sering kali disertai penjelasan konteks historis maupun linguistik ayat, sehingga memperkuat persepsi audiens terhadap kapasitas keilmuan pendakwah. Strategi ini menjadi penting dalam membangun kepercayaan publik di tengah maraknya fenomena disinformasi keagamaan dan munculnya otoritas keagamaan baru di media sosial yang tidak selalu memiliki basis keilmuan yang kuat.

Dalam konteks komunikasi digital, ethos juga berfungsi sebagai modal simbolik yang membentuk legitimasi sosial seorang pendakwah. Kredibilitas yang dibangun melalui konsistensi pesan, ketepatan dalil, dan kemampuan menjawab persoalan umat menjadikan Ustadz Adi Hidayat dipandang sebagai figur otoritatif oleh audiens Muslim digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi arena baru pembentukan otoritas keagamaan digital, di mana legitimasi tidak hanya dibangun melalui institusi formal, tetapi juga melalui performa komunikasi dan interaksi publik di ruang digital.

Selain itu, ethos Ustadz Adi Hidayat diperkuat oleh citra komunikator yang santun dan edukatif. Ia cenderung menghindari bahasa provokatif atau ujaran yang bersifat menyerang kelompok tertentu. Pendekatan tersebut selaras dengan prinsip etika komunikasi Islam seperti qaulan sadidan dan qaulan layyinan yang menekankan pentingnya kejujuran dan kelembutan dalam menyampaikan pesan dakwah.

2. Pathos (Daya Tarik Emosional)

Selain membangun kredibilitas intelektual, Ustadz Adi Hidayat juga menggunakan pendekatan emosional atau pathos untuk menciptakan kedekatan psikologis dengan audiens. Pendekatan emosional ini menjadi penting dalam komunikasi dakwah digital karena audiens media sosial cenderung lebih responsif terhadap pesan yang mampu menyentuh aspek emosional dan pengalaman personal.

Pertama, penggunaan bahasa yang menyentuh hati menjadi salah satu strategi utama dalam membangun keterlibatan emosional audiens. Ustadz Adi Hidayat sering menggunakan pilihan kata yang lembut, reflektif, dan inspiratif ketika membahas tema-tema seperti taubat, kasih sayang Allah, keluarga, pendidikan anak, dan kehidupan akhirat. Bahasa yang digunakan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mengandung dimensi spiritual yang mampu menggugah kesadaran religius audiens.

Kedua, penyampaian kisah-kisah inspiratif dari kehidupan para nabi, sahabat, dan tokoh-tokoh Islam menjadi strategi retorika yang efektif dalam membangun empati dan motivasi religius. Cerita-cerita tersebut tidak sekadar berfungsi sebagai ilustrasi, tetapi juga menjadi media internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan storytelling dalam dakwah digital membantu audiens memahami pesan agama secara lebih kontekstual dan mudah diingat.

Ketiga, aspek visual dalam media digital turut memperkuat unsur pathos dalam dakwahnya. Potongan video ceramah yang dikemas secara singkat, penggunaan subtitle, ilustrasi visual, dan latar musik religi dalam beberapa konten media sosial membantu meningkatkan daya tarik emosional pesan dakwah. Dalam ekosistem media sosial yang kompetitif, elemen visual menjadi penting untuk mempertahankan perhatian audiens sekaligus memperkuat efek persuasif komunikasi.

Penggunaan pathos yang tepat menjadikan dakwah Ustadz Adi Hidayat tidak hanya bersifat transfer pengetahuan keagamaan, tetapi juga mampu membangun pengalaman emosional dan spiritual bagi audiens digital.

3. Logos (Logika dan Kekuatan Argumentasi)

Elemen logos terlihat kuat dalam retorika dakwah Ustadz Adi Hidayat melalui penggunaan argumentasi yang sistematis, logis, dan berbasis data keagamaan. Penyampaian materi dilakukan secara runtut dengan pola penjelasan yang terstruktur sehingga memudahkan audiens memahami konsep-konsep Islam yang kompleks.

Dalam berbagai ceramahnya, Ustadz Adi Hidayat sering menggunakan pendekatan deduktif dengan memulai penjelasan dari dalil Al-Qur'an dan hadis, kemudian mengaitkannya dengan persoalan sosial dan kehidupan sehari-hari. Ia juga menggunakan pendekatan induktif dengan mengangkat fenomena empiris masyarakat sebelum menarik kesimpulan berdasarkan perspektif Islam. Kombinasi kedua pendekatan tersebut

memperkuat daya logis pesan dakwah dan meningkatkan penerimaan audiens terhadap materi yang disampaikan.

Selain itu, penggunaan analogi dan metafora menjadi strategi penting dalam menjelaskan konsep-konsep abstrak keislaman. Misalnya, konsep keimanan, kesabaran, dan keikhlasan sering dijelaskan melalui ilustrasi sederhana yang dekat dengan pengalaman hidup masyarakat. Teknik ini membantu audiens memahami materi secara lebih konkret dan aplikatif.

Kekuatan logos dalam dakwah Ustadz Adi Hidayat juga terlihat dari kemampuannya menjawab pertanyaan audiens secara argumentatif dan berbasis referensi. Dalam ruang media sosial yang dipenuhi perdebatan keagamaan, penggunaan argumentasi yang rasional dan moderat menjadi penting untuk menciptakan komunikasi dakwah yang edukatif dan tidak provokatif.

Secara keseluruhan, perpaduan ethos, pathos, dan logos menjadikan retorika komunikasi Ustadz Adi Hidayat efektif dalam membangun dakwah digital yang persuasif, moderat, dan berbasis etika komunikasi Islam. Strategi retorika tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada penguasaan teknologi media, tetapi juga pada kemampuan pendakwah dalam mengelola komunikasi yang kredibel, menyentuh emosi, dan memiliki argumentasi yang kuat.

Keunikan Etika Dakwah Digital Ustadz Adi Hidayat

Keunikan etika dakwah digital Adi Hidayat terletak pada kemampuannya memadukan otoritas keilmuan, retorika persuasif, dan etika komunikasi Islam dalam ruang media sosial yang dinamis. Di tengah karakter media digital yang cenderung cepat, instan, dan kompetitif, Ustadz Adi Hidayat mampu mempertahankan pola komunikasi dakwah yang argumentatif, santun, dan edukatif tanpa kehilangan daya tarik di kalangan audiens digital. Hal tersebut menjadi pembeda utama dibandingkan sebagian konten dakwah digital lain yang sering mengutamakan sensasi, provokasi, atau viralitas semata.

1. Integrasi Keilmuan dan Komunikasi Populer

Salah satu keunikan utama dakwah digital Ustadz Adi Hidayat adalah kemampuannya mengintegrasikan kedalaman ilmu agama dengan gaya komunikasi populer yang mudah dipahami masyarakat luas. Dalam berbagai ceramah digital, ia tidak hanya menyampaikan pesan agama secara normatif, tetapi juga menjelaskan dalil-dalil Al-Qur'an dan hadis secara sistematis, linguistik, dan kontekstual.

Meskipun materi yang disampaikan cukup kompleks, penggunaan bahasa yang komunikatif membuat pesan dakwah tetap dapat diterima oleh berbagai lapisan audiens, termasuk generasi muda pengguna media sosial. Strategi ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak harus kehilangan kualitas akademik demi mendapatkan popularitas. Sebaliknya, penguasaan ilmu yang kuat justru menjadi daya tarik utama dalam membangun kepercayaan publik di ruang digital.

Keunikan tersebut memperlihatkan adanya transformasi model dakwah dari pola konvensional menuju dakwah digital berbasis literasi keagamaan. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang edukasi publik yang memperkuat pemahaman keislaman masyarakat.

2. Penekanan pada Etika Komunikasi yang Santun dan Moderat

Keunikan lain dari dakwah digital Ustadz Adi Hidayat adalah konsistensinya dalam menjaga etika komunikasi Islam di tengah budaya media sosial yang sering dipenuhi ujaran provokatif dan polarisasi opini. Dalam menyampaikan kritik maupun perbedaan pandangan keagamaan, ia cenderung menggunakan bahasa yang santun, argumentatif, dan tidak menyerang kelompok tertentu secara personal.

Pendekatan tersebut mencerminkan implementasi prinsip qaulan layyinan dan qaulan ma'rufa dalam komunikasi Islam, yaitu berbicara dengan lemah lembut dan menggunakan perkataan yang baik. Sikap moderat ini menjadi penting dalam konteks media sosial yang rentan terhadap konflik komunikasi dan penyebaran ujaran kebencian atas nama agama. Selain itu, Ustadz Adi Hidayat lebih menonjolkan pendekatan edukatif dibandingkan konfrontatif. Ia berusaha menjelaskan persoalan agama melalui argumentasi ilmiah dan pendekatan persuasif, bukan melalui narasi yang memicu emosi negatif audiens. Strategi tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital yang efektif tidak selalu harus menggunakan pola komunikasi yang keras atau sensasional.

3. Konsistensi dalam Prinsip Tabayyun dan Validitas Informasi

Salah satu tantangan terbesar dakwah media sosial adalah penyebaran informasi keagamaan yang tidak terverifikasi. Keunikan dakwah digital Ustadz Adi Hidayat terlihat dari penekanannya terhadap pentingnya validitas sumber dan verifikasi informasi keagamaan sebelum disampaikan kepada publik.

Setiap argumentasi yang disampaikan umumnya disertai referensi ayat Al-Qur'an, hadis, maupun pendapat ulama yang jelas. Penyebutan sumber secara rinci menunjukkan komitmen terhadap prinsip tabayyun sebagai bagian dari etika komunikasi Islam. Hal ini sekaligus menjadi pembeda dengan sebagian konten dakwah digital yang sering menyampaikan potongan informasi agama tanpa konteks dan dasar ilmiah yang memadai. Dalam perspektif komunikasi digital, prinsip tabayyun menjadi sangat relevan untuk menghadapi fenomena hoaks keagamaan dan disinformasi di media sosial. Dengan demikian, dakwah digital Ustadz Adi Hidayat tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran ajaran Islam, tetapi juga sebagai upaya literasi informasi keagamaan di ruang publik digital.

4. Adaptasi terhadap Karakter Media Sosial

Keunikan dakwah digital Ustadz Adi Hidayat juga tampak pada kemampuannya beradaptasi dengan karakteristik media sosial tanpa kehilangan substansi pesan dakwah. Ceramah-ceramah panjang dikemas ulang menjadi potongan video singkat, kutipan inspiratif, dan konten visual yang sesuai dengan pola konsumsi informasi masyarakat digital.

Strategi ini menunjukkan adanya pemahaman terhadap budaya komunikasi digital yang menekankan kecepatan, visualitas, dan interaktivitas. Namun demikian, adaptasi tersebut tetap dilakukan dengan menjaga kualitas isi pesan dan etika komunikasi Islam. Konten yang disampaikan tetap berorientasi pada edukasi dan penguatan pemahaman agama, bukan sekadar mengejar popularitas atau algoritma media sosial. Kemampuan memanfaatkan teknologi digital secara produktif menunjukkan bahwa dakwah Islam dapat berkembang secara modern tanpa meninggalkan nilai-nilai etis dan moral dalam komunikasi.

5. Dakwah sebagai Ruang Edukasi dan Dialog

Keunikan lain dari dakwah digital Ustadz Adi Hidayat adalah pola komunikasi yang menempatkan dakwah sebagai ruang edukasi dan dialog, bukan sekadar ceramah satu arah. Hal ini terlihat dari keterbukaan terhadap pertanyaan audiens dan upaya menjawab persoalan masyarakat secara argumentatif dan solutif.

Interaksi yang dibangun menciptakan hubungan komunikasi yang lebih dekat antara pendakwah dan audiens. Dalam konteks media sosial, pendekatan dialogis ini menjadi penting karena audiens digital tidak hanya berperan sebagai penerima pesan pasif, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam proses komunikasi. Melalui pola komunikasi tersebut, dakwah digital tidak hanya menjadi media penyampaian ajaran agama, tetapi juga sarana pembentukan literasi keagamaan dan budaya diskusi yang sehat di ruang publik digital.

Secara keseluruhan, keunikan etika dakwah digital Ustadz Adi Hidayat terletak pada kemampuannya menggabungkan otoritas keilmuan, komunikasi persuasif, moderasi Islam, dan adaptasi media digital dalam satu pola komunikasi yang tetap berlandaskan etika penyiaran Islam. Keberhasilan tersebut menunjukkan bahwa dakwah digital yang efektif bukan hanya ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi, tetapi juga oleh komitmen terhadap nilai-nilai etika komunikasi Islam dalam menyampaikan pesan keagamaan kepada masyarakat.

Implikasi Etis Penggunaan Retorika

Penggunaan retorika dalam dakwah memiliki implikasi etis yang penting. Meskipun retorika dapat digunakan untuk menyampaikan pesan secara efektif, ia juga berpotensi disalahgunakan. Ustadz Adi Hidayat, sebagai seorang dai yang memiliki pengaruh besar, perlu memperhatikan aspek etika dalam penggunaan retorika. Beberapa aspek etis yang perlu diperhatikan adalah:

- **Kejujuran dan Keterbukaan:** Ustadz Adi Hidayat harus selalu jujur dan terbuka dalam menyampaikan informasi. Ia harus menghindari penyebaran informasi yang salah (hoax) atau menyesatkan, serta menghindari manipulasi data atau fakta.
- **Keadilan dan Kesetaraan:** Ustadz Adi Hidayat harus bersikap adil dan memperlakukan semua orang dengan hormat, tanpa memandang perbedaan agama, suku, ras, atau golongan. Ia harus menghindari ujaran kebencian dan diskriminasi.
- **Tanggung Jawab:** Ustadz Adi Hidayat harus bertanggung jawab atas setiap perkataan dan tindakannya. Ia harus siap menerima kritik dan saran dari audiens, serta memperbaiki diri jika ada kesalahan.
- **Kebijaksanaan:** Ustadz Adi Hidayat harus selalu bijaksana dalam menyampaikan pesan dakwah. Ia harus mempertimbangkan konteks dan situasi, serta menyesuaikan gaya komunikasinya dengan karakteristik audiens.

Pentingnya menjaga etika dalam dakwah digital juga ditekankan oleh penelitian lain. Juminem (2019) menekankan pentingnya adab dalam bermedia sosial, termasuk saling menghormati dan menghindari penyebaran informasi yang salah. Parhan, Jenuri, & Islamy (2021) menyoroti pentingnya etika komunikasi Islam dalam menghadapi fenomena hoax di media sosial. Kementerian Agama juga berperan dalam mempromosikan moderasi beragama di era digital (Taufiq & Alkholid, 2021).

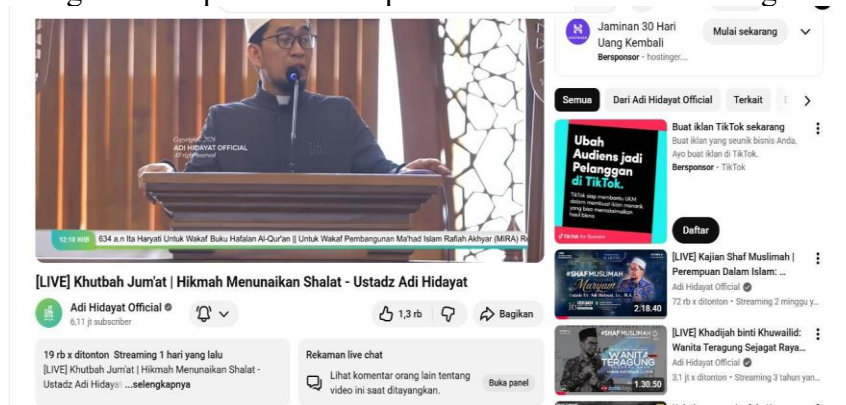
Sebagai contoh, dalam salah satu video kajiannya tentang "Keutamaan Shalat", Ustadz Adi Hidayat memulai dengan membangun ethos dengan mengutip ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadis tentang pentingnya shalat. Ia kemudian menggunakan pathos dengan menceritakan kisah-kisah inspiratif tentang orang-orang yang mendapatkan keberkahan karena menjaga shalatnya. Selanjutnya, ia menggunakan logos dengan menjelaskan secara rinci tentang rukun-rukun shalat, syarat-syarat shalat, dan hal-hal yang membatalkan shalat. (Lihat contoh transkrip video di bawah ini):

Ustadz Adi Hidayat: "Saudaraku, shalat adalah tiang agama. Rasulullah SAW bersabda, 'Shalat adalah tiang agama, barangsiapa mendirikan agama, maka ia mendirikan agama; barangsiapa meninggalkannya, maka ia merobohkan agama.' (HR. Thabrani). Mari kita renungkan hadis ini. Shalat bukan hanya sekadar gerakan fisik, tetapi juga merupakan sarana untuk membangun hubungan yang kuat dengan Allah SWT. (Ethos: mengutip hadis). Saya ingin menceritakan kisah seorang sahabat Nabi yang bernama Bilal bin Rabah... (Pathos: menceritakan kisah inspiratif). Shalat adalah ibadah yang paling utama setelah syahadat. Shalat adalah amalan yang pertama kali dihisab di akhirat. (Logos: menjelaskan tentang keutamaan shalat)." Dalam contoh ini, Ustadz Adi Hidayat secara efektif menggunakan ketiga elemen retorika – ethos, pathos, dan logos – untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya shalat. Ia membangun kredibilitas dengan mengutip hadis,

membangkitkan emosi dengan menceritakan kisah inspiratif, dan menyajikan argumen yang logis dengan menjelaskan tentang keutamaan shalat.

Platform Youtube Ustadz Adi Hidayat

Kanal YouTube “Adi Hidayat Official” resmi didirikan pada 28 Februari 2019 sebagai medium dakwah digital yang bertujuan memperluas akses masyarakat terhadap ilmu keislaman. Melalui platform ini, Ustadz Adi Hidayat menyajikan beragam konten seperti ceramah, kajian tematik, tafsir Al-Qur’an, hadis, serta pembahasan isu keagamaan kontemporer. Penyampaiannya yang sistematis, ilmiah, namun tetap komunikatif menjadikan kanal tersebut diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari pelajar hingga masyarakat umum. Selain sebagai sarana penyiaran dakwah, kanal ini juga membuka ruang interaksi melalui komentar dan siaran langsung, sehingga tidak hanya bersifat satu arah tetapi lebih dialogis dan responsif terhadap kebutuhan audiens di era digital.



Peran Konten dalam Mempengaruhi Motivasi Beragama

Konten dakwah yang disajikan oleh Ustadz Adi Hidayat, termasuk di kanal YouTube-nya, memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi beragama audiens. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa konten dakwah di media sosial dapat meningkatkan motivasi beragama (Haqqi, 2026). Konten yang menarik dan relevan dapat memotivasi audiens untuk memperdalam pemahaman agama, meningkatkan praktik keagamaan, dan memperkuat hubungan spiritual dengan Allah SWT. Namun, pengaruh konten dakwah juga bergantung pada beberapa faktor, seperti kualitas konten, kredibilitas dai, dan karakteristik audiens.

Penelitian Haqqi (2026) menunjukkan bahwa konten dakwah di TikTok @ustadzadihidayaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi beragama mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa konten dakwah yang disajikan oleh Ustadz Adi Hidayat mampu memengaruhi perilaku dan sikap keagamaan audiens. Namun, perlu diingat bahwa pengaruh konten dakwah tidak hanya bergantung pada kualitas konten itu sendiri, tetapi juga pada faktor-faktor lain, seperti lingkungan sosial, pendidikan, dan pengalaman pribadi. Oleh karena itu, penting bagi para dai untuk terus meningkatkan kualitas konten dakwah mereka dan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi efektivitas dakwah.

Tantangan di Era Digital

Di era digital, para dai menghadapi berbagai tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Pertama, persaingan konten yang semakin ketat. Media sosial dipenuhi dengan berbagai jenis konten, sehingga para dai harus mampu membuat konten yang menarik dan relevan untuk menarik perhatian audiens. Kedua, penyebaran informasi yang salah (hoax) dan ujaran kebencian. Para dai harus mampu memfilter informasi yang mereka terima dan memastikan bahwa informasi yang mereka sampaikan akurat dan kredibel. Ketiga, perubahan perilaku audiens. Audiens di era digital cenderung memiliki rentang perhatian

yang pendek, sehingga para dai harus mampu menyampaikan pesan secara singkat, padat, dan jelas.

Untuk menghadapi tantangan-tantangan tersebut, para dai perlu meningkatkan literasi digital mereka. Mereka harus mampu memanfaatkan teknologi dan media sosial secara efektif, serta memahami etika bermedia sosial. Mereka juga harus mampu beradaptasi dengan perubahan perilaku audiens dan menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka. Selain itu, para dai perlu membangun kerjasama dengan berbagai pihak, seperti ahli teknologi, ahli komunikasi, dan tokoh agama lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa retorika komunikasi dalam dakwah digital Adi Hidayat memiliki peran penting dalam membangun efektivitas penyampaian pesan keagamaan sekaligus membentuk otoritas religius di ruang media sosial. Melalui pendekatan retorika Aristoteles yang meliputi ethos, pathos, dan logos, dakwah Adi Hidayat mampu menghadirkan komunikasi yang persuasif, edukatif, dan relevan dengan karakter masyarakat digital.

Dominasi penggunaan ethos terlihat dari kuatnya legitimasi keilmuan yang dibangun melalui penguasaan dalil Al-Qur'an, hadis, dan argumentasi keislaman yang sistematis. Kredibilitas tersebut menjadi modal utama dalam membangun kepercayaan audiens di tengah maraknya disinformasi keagamaan di media sosial. Sementara itu, penggunaan pathos tampak melalui kemampuan membangun kedekatan emosional audiens dengan bahasa yang reflektif, kisah inspiratif, dan pendekatan spiritual yang menyentuh pengalaman kehidupan sehari-hari masyarakat. Adapun logos tercermin dalam pola penyampaian materi yang logis, runtut, argumentatif, serta mudah dipahami oleh berbagai kalangan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan teknologi media sosial, tetapi juga oleh kemampuan pendakwah menjaga etika komunikasi Islam dalam proses penyampaian pesan. Dakwah digital Adi Hidayat menunjukkan implementasi prinsip-prinsip etika penyiaran Islam seperti qaulan sadidan, qaulan layyinan, tabayyun, serta mau'izhah hasanah yang menekankan kejujuran, kelembutan, kebijaksanaan, dan tanggung jawab sosial dalam komunikasi.

Keunikan etika dakwah digital Adi Hidayat terletak pada kemampuannya memadukan otoritas keilmuan dengan komunikasi populer yang adaptif terhadap karakter media sosial tanpa kehilangan substansi ilmiah dan etis. Pendekatan dakwah yang moderat, edukatif, dan dialogis menjadi pembeda penting dibandingkan pola dakwah digital yang cenderung provokatif atau berorientasi pada viralitas semata. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai ruang dakwah yang produktif dan konstruktif apabila digunakan dengan pendekatan komunikasi yang etis dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa retorika dakwah digital memiliki implikasi etis yang signifikan. Penggunaan retorika yang tepat dapat memperkuat literasi keagamaan masyarakat, membangun moderasi beragama, dan mendorong terciptanya komunikasi publik yang lebih santun di ruang digital. Sebaliknya, penggunaan retorika yang tidak etis berpotensi memunculkan polarisasi, penyebaran hoaks keagamaan, dan konflik sosial berbasis agama.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, khususnya terkait hubungan antara retorika komunikasi, otoritas keagamaan digital, dan etika penyiaran Islam. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa etika komunikasi Islam tetap relevan sebagai landasan normatif dalam menghadapi dinamika komunikasi dakwah di era digital yang semakin kompleks dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Estuningtyas, R. D. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien Indonesian Journal of Multidiciplinary Islamic Studies*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.05>
- Haqqi, M. A. N. (2026). Pengaruh Konten Dakwah Akun Tiktok @ustadzadhidayaatt Terhadap Motivasi Beragama Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 UIN Suska Riau. Universitas Riau.
- Hasanah, M. R., Annabil, M. N., & Hasidiqi, H. (2025). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Konten “Pertanda” dalam Channel YouTube Adi Hidayat Official. *MUDABBIR Journal Reserch and Education Studies*, 5(2), 1-15. <https://doi.org/10.56832/mudabbir.v5i2.1514>
- Hifza, H., Suhardi, M., Aslan, A., & Ekasari, S. (2020). KEPEMIMPINAN PENDIDIKAN ISLAM DALAM PERSPEKTIF INTERDISIPINER. *Nidhomul Haq Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 1-16. <https://doi.org/10.31538/ndh.v5i1.518>
- Juliswara, V. (2017). Mengembangkan Model Literasi Media yang Berkebhinnekaan dalam Menganalisis Informasi Berita Palsu (Hoax) di Media Sosial. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 1-16. <https://doi.org/10.22146/jps.v4i2.28586>
- Juminem, J. (2019). ADAB BERMEDIA SOSIAL DALAM PANDANGAN ISLAM. *Geneologi PAI Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(1), 1-16. <https://doi.org/10.32678/geneologipai.v6i1.1799>
- Munawwarah, M. (2024). DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI TENTANG PENGGUNAAN RETORIKA DALAM MENYAMPAIKAN TENTANG KOMUNIKASI ISLAM). *ENCOMMUNICATION Journal of Communication Studies*, 2(1), 1-15. <https://doi.org/10.71036/ejcs.v2i1.317>
- Nur, I., & Muttaqin, M. N. (2020). Bermedia Sosial dalam Perspektif Maqashid Syari'ah (Membangun Komunikasi di Media Sosial Berdasarkan Etika). *PALITA Journal of Social - Religion Research*, 5(1), 1-16. <https://doi.org/10.24256/pal.v5i1.1090>
- Nurhayati, M. A., Wirayudha, A. P., Fahrezi, A., Pasama, D. R., & Noor, A. M. (2023). Islam Dan Tantangan Dalam Era Digital: Mengembangkan Koneksi Spiritual Dalam Dunia Maya. *AL-AUFA JURNAL PENDIDIKAN DAN KAJIAN KEISLAMAN*, 5(1), 1-16. <https://doi.org/10.32665/alaufa.v5i1.1618>
- Parhan, M., Jenuri, J., & Islamy, M. R. F. (2021). Media Sosial dan Fenomena Hoax: Tinjauan Islam dalam Etika Berekomunikasi. *Communicatus Jurnal Ilmu komunikasi*, 5(1), 1-16. <https://doi.org/10.15575/cjik.v5i1.12887>
- Rakhmawati, K., & Romadi, P. (2026). Gaya Komunikasi Dakwah Nahi Munkar. *Ad-DA WAH*, 24(1), 1-15. <https://doi.org/10.59109/addawah.v24i1.160>
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(1), 1-16. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Salsabilla, N., Jannah, R., Septiani, A., Adedyo, R. M., & Satra, A. (2025). Hukum Mengucapkan Selamat Hari Raya kepada Non-Muslim Menurut Buya Yahya dan Ustadz Adi Hidayat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*, 3(4), 1-16. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.870>
- Sukataman, S., Santono, A. N. R., Ulva, M., & Thoha, C. (2025). Interaksi Antara Metode dan Tujuan Da'wah: Menilai Signifikansinya dalam Perubahan Perilaku Spiritual Manusia dari Perspektif Psikologi Islam. *Jurnal Selasar KPI Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 5(2), 1-16. <https://doi.org/10.33507/selasar.v5i2.3662>
- Taufiq, F., & Alkholid, A. M. (2021). Peran Kementerian Agama dalam mempromosikan moderasi beragama di era digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(2), 1-16. <https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9364>
- Ummah, N. H. (2023). PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS DAKWAH DI ERA DIGITAL. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 1-15. <http://dx.doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>