

Analisis Retorika Dakwah Gus Miftah dalam Pengajian pada Channel Youtube @Gus Miftah Official

Sofa Rahmadayani Nasution , Nanang Arianto , Susanti Hasibuan

STAIN Mandailing Natal, Indonesia

Email: srhdyani01@gmail.com

Abstract

The development of digital media has transformed the pattern of da'wah communication in society. Da'wah which was previously delivered conventionally, has now expanded through social media platforms such as Youtube. Gus Miftah is one of the contemporary islamic preachers known for his distinctive, humorous, inclusive, and community oriented rhetorical style. This study aims to analyze the da'wah rhetoric of Gus Miftah on the Youtube channel @Gus Miftah Official. This research employs a descriptive qualitative method with a digital ethnography approach and Norman Fairclough's critical discourse analysis. Aristoteles rhetorical theory consisting of ethos, pathos, and logos is used as the main analytical framework. The research data were obtained from Gus Miftah's preaching videos uploaded in 2024 on the @Gus Miftah Official Youtube Channel. The findings indicate that Gus Miftah applies effective rhetorical strategies through strong self image building, simple and communicative language, relevant humor, and logical as well as contextual arguments. His rhetorical style successfully creates emotional closeness with audiences and broadens the reach of da'wah in the digital era. Furthermore, the use of Youtube as a medium of da'wah provides wider interaction between preachers and society. This study concludes that Gus Miftah's da'wah rhetoric represents an adaptive model of digital da'wah that aligns with the development of social media and the needs of modern society.

Keywords: *Da'wah Rhetoric, Gus Miftah, Youtube, Digital Da'wah, Social Media*

Abstrak

Perkembangan media digital telah mengubah pola komunikasi dakwah di tengah masyarakat. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini berkembang melalui platform media sosial seperti Youtube. Gus Miftah merupakan salah satu da'i kontemporer yang dikenal memiliki gaya retorika dakwah yang khas, humoris, inklusif, dan dekat dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis retorika dakwah Gus Miftah pada channel Youtube @Gus Miftah Official. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan etnografi digital dan wacana kritis Norman Fairclough. Teori retorika Aristoteles yang meliputi ethos, pathos dan logos digunakan sebagai pisau analisis utama. Data penelitian diperoleh dari video ceramah Gus Miftah tahun 2024 yang diunggah pada channel Youtube @Gus Miftah Official. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gus Miftah menggunakan strategi retorika yang efektif melalui pembentukan citra diri yang kuat, penggunaan bahasa yang sederhana dan komunikatif, penyampaian humor yang relevan, serta argumentasi yang logis dan kontekstual. Retorika dakwah yang digunakan mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens dan memperluas jangkauan dakwah di era digital. Selain itu, penggunaan Youtube sebagai media dakwah memberikan ruang interaksi yang lebih luas antara da'i dan masyarakat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa retorika dakwah Gus Miftah menjadi salah satu model dakwah digital yang adaptif terhadap perkembangan media sosial dan kebutuhan masyarakat modern.

Kata Kunci: Retorika dakwah, Gus Miftah, Youtube, Dakwah digital, Media sosial

Copyright: © 2026. The Author(s).

KARTIKA: Jurnal Studi Keislaman is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik dakwah Islam. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga menjadi ruang baru dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan. Platform seperti YouTube memungkinkan dakwah dilakukan secara lebih luas, cepat, dan interaktif, sehingga pesan-pesan Islam dapat menjangkau masyarakat tanpa batas ruang dan waktu. Kehadiran media digital ini menjadikan dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau majelis taklim, melainkan berkembang menjadi aktivitas komunikasi virtual yang mampu menyentuh audiens dari berbagai latar belakang sosial dan budaya

YouTube sebagai media berbasis audio visual memiliki keunggulan dalam menyampaikan pesan dakwah secara lebih menarik dan komunikatif. Melalui video, seorang da'i tidak hanya menyampaikan pesan verbal, tetapi juga memperlihatkan ekspresi wajah, gestur tubuh, intonasi suara, dan suasana emosional yang dapat memperkuat makna pesan yang disampaikan. Hal ini membuat dakwah digital lebih mudah diterima, terutama oleh generasi muda yang akrab dengan budaya visual dan media sosial. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia yang mengakses YouTube mencapai 53,42%, sehingga platform ini memiliki potensi besar sebagai sarana dakwah Islam di era modern (APJII, 2024). Selain itu, penyampaian pesan dakwah melalui media visual dinilai lebih efektif karena mampu menghadirkan unsur verbal dan nonverbal secara bersamaan

Di tengah berkembangnya dakwah digital, sosok K.H. Miftah Maulana Habiburrahman atau Gus Miftah muncul sebagai salah satu pendakwah yang memiliki pengaruh besar di media sosial, khususnya melalui channel YouTube @Gus Miftah Official. Popularitas Gus Miftah tidak hanya berasal dari materi dakwah yang disampaikan, tetapi juga dari gaya retorikanya yang khas dan berbeda dari kebanyakan da'i pada umumnya. Ia dikenal mampu memadukan gaya pesantren tradisional dengan bahasa yang santai, humoris, dan dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Pendekatan tersebut menjadikan dakwahnya terasa lebih cair, membumi, dan mudah diterima oleh berbagai kalangan, termasuk masyarakat marginal dan generasi muda

Keunikan dakwah Gus Miftah juga terlihat dari keberaniannya memasuki ruang-ruang yang selama ini dianggap jauh dari kegiatan keagamaan, seperti klub malam, lokalisasi, dan komunitas hiburan malam. Kehadirannya di tempat-tempat tersebut menunjukkan bahwa dakwah tidak harus selalu dilakukan di ruang formal keagamaan. Ia justru menghadirkan Islam sebagai ajaran yang inklusif, ramah, dan mampu menjangkau semua lapisan masyarakat tanpa

memandang latar belakang sosial mereka. Pendekatan ini sekaligus memperlihatkan adanya transformasi dakwah di era digital, di mana pesan agama disampaikan dengan cara yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Fenomena dakwah Gus Miftah menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan keagamaan, tetapi juga oleh kemampuan retorika seorang da'i dalam menyampaikan pesan tersebut. Retorika menjadi unsur penting dalam dakwah karena berkaitan dengan cara berbicara, penggunaan bahasa, pengelolaan emosi audiens, hingga kemampuan membangun perhatian dan kedekatan dengan jamaah. Dalam konteks dakwah, retorika bukan sekadar seni berbicara, tetapi juga strategi komunikasi untuk memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku audiens agar lebih mudah menerima pesan-pesan Islam

Retorika dakwah yang efektif harus mampu memadukan substansi pesan dengan teknik penyampaian yang menarik. Seorang da'i dituntut tidak hanya menguasai materi agama, tetapi juga memahami cara menyampaikan pesan secara komunikatif dan persuasif. Pembukaan, isi, hingga penutupan ceramah memiliki peran penting dalam membangun perhatian audiens dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dalam hal ini, Gus Miftah dikenal memiliki kemampuan retorika yang kuat melalui penggunaan humor, kisah inspiratif, analogi kehidupan sehari-hari, serta gaya komunikasi yang santai namun tetap mengandung nilai moral dan spiritual yang mendalam. Retorika dakwah sendiri dipahami sebagai keterampilan menyampaikan ajaran Islam secara lisan agar mudah dipahami dan diamalkan oleh masyarakat

Dalam perspektif teori retorika klasik Aristoteles, keberhasilan komunikasi dipengaruhi oleh tiga unsur utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* berkaitan dengan kredibilitas dan karakter pembicara, *pathos* menyangkut kemampuan menggugah emosi audiens, sedangkan *logos* berkaitan dengan penggunaan logika dan argumentasi yang rasional. Ketiga unsur tersebut tampak jelas dalam gaya dakwah Gus Miftah. *Ethos* terlihat dari citranya sebagai pendakwah yang dekat dengan masyarakat akar rumput, *pathos* tampak melalui humor dan cerita emosional yang menyentuh hati jamaah, sedangkan *logos* terlihat dari penggunaan analogi sederhana dan penjelasan yang mudah dipahami dalam menyampaikan ajaran agama.

Selain menggunakan pendekatan retorika klasik, penelitian ini juga memanfaatkan analisis wacana kritis Norman Fairclough untuk melihat dakwah Gus Miftah sebagai praktik sosial dan komunikasi yang memiliki dimensi ideologis. Dalam perspektif Fairclough, bahasa tidak hanya dipahami sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bentuk praktik sosial yang dapat memengaruhi cara berpikir masyarakat. Ceramah Gus Miftah yang dilakukan di ruang-ruang nonformal dapat dipahami sebagai bentuk perlawanan terhadap konstruksi sosial yang selama ini membatasi dakwah hanya pada ruang-ruang religius formal. Dengan demikian,

dakwahnya tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga menghadirkan gagasan baru tentang Islam yang lebih inklusif dan humanis.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini memandang penting untuk menganalisis retorika dakwah Gus Miftah dalam channel YouTube @Gus Miftah Official, khususnya pada video-video pengajian tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi subtema dakwah yang dominan, mendeskripsikan karakteristik retorika yang digunakan, serta menganalisis strategi retorika dakwah Gus Miftah dalam menyampaikan pesan Islam kepada masyarakat luas. Dengan menggunakan pendekatan etnografi digital dan analisis wacana kritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai dinamika dakwah Islam di era digital sekaligus kontribusi Gus Miftah dalam menghadirkan model dakwah yang inklusif, komunikatif, dan relevan dengan perkembangan masyarakat modern. Rumusan masalah dalam artikel ini adalah 1) Apa sub tema yang paling dominan dibahas oleh Gus Miftah dalam salah satu pengajian di channel youtube @Gus Miftah Official ? ; 2) Apa saja karakteristik retorika dakwah Gus Miftah di channel youtube @Gus Miftah Official ?; 3) Bagaimana strategi retorika dakwah Gus Miftah dalam menyampaikan dakwah di channel youtube @Gus Miftah Official?.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sub tema yang paling dominan dibahas oleh Gus Miftah dalam pengajiannya pada video YouTube "@Gus Miftah Official, Menganalisis karakteristik retorika dakwah Gus Miftah dalam menyampaikan dakwahnya dan Untuk menganalisis strategi retorika yang digunakan Gus Miftah dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian retorika dan komunikasi, khususnya retorika dakwah di Indonesia, melalui pemahaman mengenai adaptasi retorika klasik dan kontemporer dalam dakwah modern. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kajian dakwah kontemporer melalui analisis model dakwah inklusif dan adaptif Gus Miftah di ruang nontradisional. Penelitian ini juga diharapkan menjadi landasan teoritis dan kerangka analitis bagi penelitian selanjutnya terkait retorika dakwah dan komunikasi keagamaan di platform digital. Manfaat Praktis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para da'i dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang efektif, relevan, dan adaptif terhadap karakteristik audiens serta perkembangan media digital. Selain itu, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai referensi pembelajaran bagi mahasiswa dalam memahami analisis retorika dan wacana dakwah. Bagi masyarakat umum, penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan literasi media dan pemahaman kritis terhadap pesan dakwah di media digital sehingga lebih bijak dalam mengonsumsi konten keagamaan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan dan menafsirkan

fenomena secara sistematis, terencana, dan terstruktur sejak tahap awal penelitian hingga penyusunan desain penelitian. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menempatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan dan analisis data. Data yang dihasilkan bersifat deskriptif dan lebih menekankan kualitas makna daripada angka atau kuantitas¹. Metode kualitatif deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran statistik, melainkan pada pemahaman mendalam terhadap data berupa kata-kata, gambar, video, dan dokumen yang berkaitan dengan objek penelitian. Data penelitian dapat diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, catatan, wawancara, maupun sumber visual lainnya yang relevan dengan fokus penelitian²

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah etnografi digital atau netnografi. Etnografi digital merupakan pengembangan dari metode etnografi tradisional yang diterapkan dalam konteks media digital dan internet. Pendekatan ini memungkinkan peneliti melakukan observasi terhadap praktik komunikasi, simbol, interaksi, serta kebiasaan sosial yang muncul di ruang digital. Dalam penelitian ini, etnografi digital digunakan untuk mengamati aktivitas dakwah Gus Miftah melalui platform YouTube secara mendalam tanpa harus hadir secara langsung di lokasi ceramah. Melalui pendekatan etnografi digital, peneliti dapat membenamkan diri dalam lingkungan dakwah digital yang dibangun oleh Gus Miftah. Peneliti mengamati bentuk komunikasi verbal dan nonverbal, pola interaksi dengan audiens, serta respons pengguna media sosial terhadap isi dakwah yang disampaikan. Pendekatan ini dinilai relevan karena fenomena dakwah saat ini banyak berkembang di ruang digital dan melibatkan interaksi virtual antara da'i dan mad'u.

Subjek dalam penelitian ini adalah Gus Miftah sebagai pendakwah kontemporer yang dikenal memiliki gaya dakwah unik dan dekat dengan masyarakat marjinal. Gus Miftah dipilih karena memiliki karakter komunikasi yang berbeda dibandingkan pendakwah lainnya, khususnya dalam menyampaikan pesan dakwah kepada kelompok nonformal melalui media sosial. Selain itu, Gus Miftah juga aktif menggunakan platform digital sebagai media penyebaran dakwah sehingga menarik untuk dianalisis dari perspektif retorika dakwah. Objek penelitian ini adalah retorika dakwah Gus Miftah dalam video ceramah yang diunggah pada channel YouTube @Gus Miftah Official. Channel tersebut memiliki ribuan video dakwah dengan berbagai tema dan karakter audiens. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada tiga

¹ Darul Rahman and Dina Kurniawati, "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep)," *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)* 9, no. 02 (2021), <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>.

² Ustadus Sholihin and Imam Mukhlis, "Penggunaan Media Sosial Dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM," *Jurnal Bintang Manajemen* 1, no. 4 (2023), <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2266>.

video yang diunggah pada tahun 2024. Pemilihan video dilakukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan jumlah likes terbanyak serta mempertimbangkan variasi tema, lokasi, dan karakteristik audiens agar data yang diperoleh lebih representatif.

Video pertama yang dianalisis berjudul Pengajian Klub Malam Jogja, Berkah Awal Tahun! Gus Miftah Terbaru 2024 yang diunggah pada 13 Januari 2024 dengan durasi sekitar 29 menit 53 detik. Video tersebut memperoleh sekitar 300 ribu penonton dan 2,7 ribu likes. Video kedua berjudul Pekerja Sarkem Minta di Mualafkan Sama Gus Miftah, MasyaAllah!!! Gus Miftah Terbaru 2024 yang diunggah pada 16 Januari 2024 dengan jumlah likes sebanyak 3,2 ribu. Sementara itu, video ketiga berjudul Kades Kok Tatoan!? Hoho Alkaf Haji Dan Lurah Yang Cinta Islam Mengundang Gus Miftah Pengajian 2024 yang diunggah pada 18 Januari 2024 dan memperoleh lebih dari 357 ribu penonton serta 2,2 ribu likes. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari video dakwah Gus Miftah di channel YouTube @Gus Miftah Official. Data tersebut meliputi transkripsi verbal ceramah, penggunaan bahasa, intonasi suara, ekspresi wajah, gerak tubuh, serta elemen visual yang muncul dalam video. Selain itu, respons audiens melalui kolom komentar juga menjadi bagian penting dari data primer karena dapat menunjukkan penerimaan publik terhadap retorika dakwah yang digunakan.

Data sekunder digunakan sebagai pendukung untuk memperkuat analisis penelitian. Data ini diperoleh dari berbagai literatur ilmiah seperti buku, jurnal, artikel, skripsi, tesis, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan tema retorika dakwah, analisis wacana kritis, dan etnografi digital. Selain itu, metadata video seperti jumlah penonton, tanggal unggah, jumlah likes, dan komentar juga digunakan untuk melengkapi konteks penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi virtual, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi virtual dilakukan dengan menonton dan mengamati secara langsung video-video dakwah Gus Miftah yang telah dipilih. Peneliti mencatat isi ceramah, gaya komunikasi, intonasi, ekspresi, serta interaksi antara Gus Miftah dan audiens dalam video. Observasi ini dilakukan secara pasif tanpa terlibat langsung dalam aktivitas dakwah yang berlangsung.

Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan video, membuat transkrip ceramah, mengambil tangkapan layar dari bagian penting video, serta mencatat metadata video seperti jumlah penonton dan komentar. Dokumentasi ini bertujuan mempermudah proses analisis data serta mendukung interpretasi terhadap gaya retorika dakwah yang digunakan Gus Miftah dalam media digital. Selain observasi dan dokumentasi, penelitian ini juga menggunakan studi pustaka untuk memperkuat landasan teori penelitian. Peneliti mengkaji berbagai referensi ilmiah yang berkaitan dengan teori retorika, dakwah, etnografi digital, serta analisis wacana kritis Norman

Fairclough. Studi pustaka dilakukan agar penelitian memiliki dasar teoritis yang kuat dan relevan dengan fenomena yang diteliti.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, disampaikan, dan dipahami dalam konteks sosial media digital. Fairclough membagi analisis wacana ke dalam tiga dimensi, yaitu dimensi teks, praktik diskursif, dan praktik sosial budaya³. Dimensi teks digunakan untuk menganalisis penggunaan bahasa, pilihan kata, gaya retorika, humor, intonasi, ekspresi wajah, dan gerak tubuh yang digunakan Gus Miftah dalam ceramahnya. Dimensi praktik diskursif digunakan untuk melihat bagaimana video dakwah diproduksi, disebarluaskan, dan diterima oleh audiens melalui media sosial. Sementara itu, dimensi praktik sosial budaya digunakan untuk memahami konteks sosial, nilai, dan ideologi yang melatarbelakangi dakwah Gus Miftah, seperti dakwah inklusif, toleransi, dan pendekatan terhadap kelompok marjinal di era digital. Melalui kombinasi metode kualitatif deskriptif, etnografi digital, dan analisis wacana kritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi retorika dakwah Gus Miftah di media digital. Pendekatan tersebut memungkinkan peneliti menganalisis tidak hanya isi pesan dakwah, tetapi juga konteks sosial, bentuk komunikasi, serta respons audiens terhadap dakwah yang disampaikan melalui platform YouTube.

B. Pembahasan

1. Analisis Retorika Dakwah Gus Miftah dalam Perspektif Klasik Aristoteles

Berdasarkan hasil penelitian terhadap tiga video ceramah Gus Miftah di channel YouTube @Gus Miftah Official, yaitu “Pengajian Klub Malam Jogja, Berkah Awal Tahun! Gus Miftah Terbaru 2024”, “Kades Kok Tatoan!? Hoho Alkaf Haji Dan Lurah Yang Cinta Islam Mengundang Gus Miftah Pengajian 2024”, dan “Live - Mujadah & Akhirusannah Ponpes Ora Aji”, ditemukan bahwa dakwah Gus Miftah memiliki karakteristik yang khas, komunikatif, dan kontekstual. Ceramah-ceramah tersebut tidak hanya menjadi media penyampaian pesan agama, tetapi juga berfungsi sebagai praktik komunikasi sosial yang menyentuh kehidupan masyarakat secara langsung. Melalui pendekatan retorika klasik Aristoteles dan analisis wacana kritis Norman Fairclough, dakwah Gus Miftah menunjukkan perpaduan antara nilai religius, pendekatan kemanusiaan, dan kritik sosial yang relevan dengan kondisi masyarakat modern.

Dalam perspektif retorika klasik, unsur ethos tampak kuat dalam cara Gus Miftah membangun citra dirinya sebagai pendakwah yang dekat dengan masyarakat. Ia tidak

³ Citra Rengganis Cenderamata and Nani Darmayanti, “Analisis Wacana Kritis Fairclough Pada Pemberitaan Selebriti Di Media Daring,” *Jurnal Literasi* 3, no. 1 (2019).

mengandalkan simbol-simbol formal keagamaan sebagai sumber utama kredibilitas, tetapi lebih menonjolkan kesederhanaan, pengalaman hidup, dan keberaniannya berdakwah di ruang-ruang yang tidak biasa. Penampilannya yang santai dan membumi membuat audiens merasa lebih dekat sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima. Kredibilitas tersebut semakin diperkuat oleh konsistensinya dalam merangkul kelompok-kelompok marginal seperti pekerja malam, masyarakat desa, dan komunitas yang sering mendapat stigma negatif dari masyarakat.

Unsur pathos terlihat dari kemampuan Gus Miftah menggugah emosi audiens melalui humor, kisah reflektif, dan doa-doa yang menyentuh hati. Dalam berbagai ceramahnya, ia mampu menciptakan suasana yang cair dan hangat melalui candaan yang relevan dengan kondisi jamaah. Humor yang digunakan bukan hanya untuk menghibur, tetapi juga menjadi sarana menyampaikan kritik sosial secara halus. Ketika memasuki bagian doa dan renungan, suasana berubah menjadi lebih khushyuk sehingga jamaah tampak tersentuh secara emosional. Pendekatan ini membuat dakwah tidak terasa menggurui, melainkan menghadirkan rasa nyaman dan kedekatan spiritual bagi audiens.

Selain ethos dan pathos, unsur logos juga tampak jelas dalam struktur penyampaian ceramah Gus Miftah. Ia menyampaikan pesan agama dengan logika yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Penjelasan mengenai kehidupan, pekerjaan, rezeki, gaya hidup, hingga kematian selalu dikaitkan dengan realitas sehari-hari sehingga audiens merasa pesan tersebut relevan dengan kehidupan mereka. Gus Miftah juga menggunakan analogi dan kisah tokoh Islam seperti Nabi Daud dan Nabi Sulaiman untuk memperkuat argumentasi dakwahnya. Penyampaian yang runtut dan kontekstual membuat jamaah tidak hanya mendengar ceramah, tetapi juga diajak berpikir dan merenungkan makna kehidupan.

Dalam ceramah di klub malam Yogyakarta, Gus Miftah menunjukkan model dakwah yang inklusif dan adaptif terhadap lingkungan audiens. Kehadirannya di ruang hiburan malam menjadi bentuk pendekatan dakwah yang tidak biasa, sekaligus membuktikan bahwa dakwah dapat dilakukan di mana saja tanpa membatasi ruang sosial tertentu. Ia menggunakan bahasa yang santai, penuh humor, dan bercampur dengan bahasa daerah Jawa agar lebih mudah diterima oleh jamaah yang mayoritas berasal dari kalangan non-santri. Melalui pendekatan tersebut, Gus Miftah berhasil membangun suasana dakwah yang akrab dan tidak menciptakan jarak antara pendakwah dengan audiens.

Ceramah di kawasan Sarkem atau Pasar Kembang juga menunjukkan strategi dakwah yang humanis dan penuh empati. Gus Miftah hadir bukan untuk menghakimi

masyarakat lokalisasi, tetapi untuk memberikan ruang spiritual yang selama ini jarang mereka rasakan. Dalam ceramahnya, ia lebih menekankan pentingnya kesabaran, harapan hidup, dan kesempatan untuk memperbaiki diri. Pendekatan tersebut membuat audiens merasa dihargai sebagai manusia yang tetap memiliki hak untuk mendekat kepada Tuhan. Dakwah yang dilakukan di Sarkem memperlihatkan bahwa agama dapat hadir sebagai kekuatan yang merangkul, bukan sekadar memberi stigma atau hukuman sosial.

Sementara itu, dalam pengajian masyarakat Desa Purwasaba, Gus Miftah menunjukkan gaya dakwah yang lebih formal namun tetap komunikatif dan membumi. Penampilannya yang mengenakan jas, sorban, dan atribut khas pendakwah memberikan kesan karismatik, tetapi cara penyampaiannya tetap santai dan penuh humor. Ia menyampaikan kisah-kisah kehidupan pribadi yang memperlihatkan kesederhanaan dan pengalaman hidupnya di masa sulit. Cerita tersebut membuat jamaah merasa bahwa Gus Miftah bukan hanya seorang dai, tetapi juga sosok yang memahami realitas kehidupan masyarakat kecil.

Karakteristik retorika Gus Miftah juga tampak pada penggunaan humor sebagai strategi komunikasi dakwah. Humor yang digunakan bersifat spontan dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat. Candaan yang ia lontarkan sering kali disambut tawa audiens karena terasa akrab dan tidak dibuat-buat. Di balik humor tersebut terdapat kritik sosial yang disampaikan secara halus sehingga tidak menimbulkan resistensi dari jamaah. Penggunaan humor ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam membangun hubungan emosional dan menciptakan suasana dakwah yang lebih hidup.

Selain humor, Gus Miftah juga banyak menggunakan kisah inspiratif dan analogi kehidupan dalam ceramahnya. Ia sering mengangkat cerita tentang perjuangan hidup, pentingnya bekerja keras, serta kesederhanaan tokoh-tokoh Islam untuk memberikan contoh nyata kepada jamaah. Penyampaian melalui cerita membuat pesan agama lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Pendekatan naratif ini juga membantu jamaah untuk menghubungkan nilai-nilai agama dengan pengalaman hidup mereka sehari-hari sehingga dakwah terasa lebih relevan dan aplikatif.

Interaksi langsung dengan audiens menjadi karakteristik lain yang menonjol dalam retorika dakwah Gus Miftah. Ia tidak hanya berbicara satu arah, tetapi juga melibatkan jamaah melalui sapaan personal, pertanyaan retorik, dan sesi tanya jawab spontan. Gaya komunikasi yang interaktif membuat jamaah merasa lebih dihargai dan terlibat dalam proses dakwah. Penggunaan sapaan seperti “mas-mas”, “mbak-mbak”, atau “bro” menciptakan suasana yang lebih santai dan dekat sehingga audiens tidak merasa sedang mengikuti ceramah formal yang kaku.

Dari sisi komunikasi nonverbal, Gus Miftah juga menunjukkan kemampuan retorika yang kuat. Intonasi suara, ekspresi wajah, gerakan tangan, dan kontak mata digunakan untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Ketika membahas tema motivasi dan kerja keras, ia menggunakan nada suara yang tegas dan penuh semangat. Sebaliknya, ketika membahas kematian atau doa penutup, suaranya menjadi lebih lirih dan penuh penghayatan. Perpaduan komunikasi verbal dan nonverbal ini membuat pesan dakwah lebih emosional dan meyakinkan bagi jamaah.

Salah satu strategi dakwah yang paling menonjol adalah kemampuannya menghindari konfrontasi langsung. Gus Miftah tidak menyampaikan kritik dengan cara menghakimi, tetapi lebih memilih pendekatan reflektif dan penuh empati. Ia memahami bahwa audiens yang berasal dari latar belakang marginal membutuhkan penerimaan dan pendekatan yang lembut. Oleh karena itu, ia lebih sering menggunakan sindiran halus dan humor untuk menyampaikan pesan moral. Strategi ini membuat jamaah lebih terbuka menerima dakwah tanpa merasa disalahkan atau direndahkan.

2. Analisis Wacana Kritis dan Praktik Sosial Dakwah Gus Miftah

Dalam perspektif analisis wacana kritis Norman Fairclough, ceramah Gus Miftah dapat dipahami sebagai praktik sosial yang menantang konstruksi lama tentang ruang dakwah. Pada level teks, ia menggunakan bahasa yang santai, sederhana, dan dekat dengan kehidupan masyarakat. Pada level praktik diskursif, ia mendobrak batas dakwah formal dengan menghadirkan ceramah di klub malam, lokalisasi, dan media digital seperti YouTube. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada masjid atau pesantren, tetapi dapat hadir di berbagai ruang sosial masyarakat.

Pada level praktik sosial, dakwah Gus Miftah menjadi bentuk kritik terhadap pandangan masyarakat yang masih memisahkan agama dari kelompok-kelompok tertentu. Kehadirannya di ruang hiburan malam dan komunitas marginal menunjukkan bahwa setiap orang memiliki hak yang sama untuk mendapatkan pesan keagamaan. Dakwah yang ia lakukan membangun pemahaman baru bahwa agama bukan hanya milik kelompok tertentu, tetapi dapat menjadi kekuatan sosial yang inklusif dan merangkul semua kalangan tanpa diskriminasi.

Subtema yang paling dominan dalam dakwah Gus Miftah adalah toleransi, kesederhanaan hidup, pentingnya akhlak, dan dakwah inklusif. Ia consistently menampilkan Islam sebagai agama yang penuh kasih sayang dan terbuka terhadap perbedaan. Melalui ceramahnya, Gus Miftah berusaha membangun kesadaran bahwa nilai-nilai agama harus hadir dalam kehidupan sosial secara nyata, bukan hanya sebatas

simbol formal. Pesan-pesan tersebut menjadi relevan di tengah perkembangan dakwah digital yang sering kali menampilkan narasi keras dan eksklusif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah Gus Miftah merupakan bentuk transformasi dakwah kontemporer yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan media digital. Ia berhasil memadukan retorika klasik Aristoteles dengan pendekatan komunikasi modern yang humanis dan kontekstual. Dakwahnya tidak hanya menyampaikan ajaran Islam, tetapi juga membangun hubungan sosial, menyentuh emosi jamaah, serta menghadirkan agama sebagai solusi yang relevan bagi kehidupan masyarakat modern. Dengan demikian, gaya dakwah Gus Miftah dapat dipahami sebagai model dakwah Islam yang inklusif, komunikatif, dan mampu menjembatani nilai spiritual dengan realitas sosial masyarakat.

C. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap tiga video ceramah Gus Miftah di channel YouTube @Gus Miftah Official, dapat disimpulkan bahwa dakwah Gus Miftah memiliki karakteristik yang khas, komunikatif, dan kontekstual. Subtema yang paling dominan dalam ceramahnya adalah kesederhanaan hidup, pentingnya akhlak, toleransi, serta dakwah inklusif yang menyasar masyarakat marginal. Dalam berbagai ruang dakwah, baik di klub malam, pengajian desa, maupun pondok pesantren, Gus Miftah konsisten menyampaikan bahwa Islam adalah agama rahmatan lil ‘alamin yang dapat diterima oleh semua kalangan tanpa memandang latar belakang sosial. Retorika dakwahnya ditandai dengan penggunaan bahasa yang membumi, humoris, penuh kisah reflektif, dan pendekatan emosional yang menyentuh hati audiens. Selain itu, ia juga memanfaatkan komunikasi nonverbal seperti intonasi suara, ekspresi wajah, kontak mata, dan gerakan tubuh untuk memperkuat pesan dakwah yang disampaikan. Dalam perspektif retorika klasik Aristoteles, dakwah Gus Miftah menunjukkan perpaduan yang kuat antara ethos, pathos, dan logos, sehingga pesan dakwah menjadi lebih mudah diterima, dipahami, dan dirasakan oleh jamaah.

Strategi retorika dakwah Gus Miftah terlihat dari kemampuannya menyesuaikan gaya komunikasi dengan kondisi audiens dan lingkungan tempat dakwah berlangsung. Ia menggunakan bahasa santai dan gaya gaul ketika berdakwah di lingkungan nonformal, namun tetap menjaga kesopanan dan kesederhanaan ketika berada di pengajian masyarakat atau pondok pesantren. Selain itu, ia membangun interaksi langsung dengan audiens melalui humor, pertanyaan retorik, dan sapaan personal sehingga tercipta hubungan emosional yang dekat antara pendakwah dan jamaah. Berdasarkan analisis wacana kritis Norman Fairclough, dakwah Gus Miftah tidak hanya menjadi media penyampaian ajaran agama, tetapi juga merupakan praktik sosial yang mendobrak batas-batas formal dakwah dengan menghadirkan pesan

keagamaan di ruang-ruang yang selama ini dianggap jauh dari agama. Dengan demikian, dakwah Gus Miftah dapat dipahami sebagai model dakwah Islam yang inklusif, humanis, adaptif, dan relevan dengan perkembangan masyarakat di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai retorika dakwah Gus Miftah di channel YouTube @Gus Miftah Official, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Bagi para da'i dan pendakwah, disarankan untuk mempelajari serta menerapkan strategi dakwah yang humanis, komunikatif, dan membumi seperti yang dilakukan Gus Miftah. Dakwah tidak harus selalu disampaikan secara formal dan kaku, tetapi dapat dikemas dengan bahasa yang ringan, humoris, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari agar pesan agama lebih mudah diterima oleh masyarakat dari berbagai latar belakang. Selain itu, penting bagi pendakwah untuk membangun pendekatan emosional dan sosial kepada audiens sehingga dakwah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga mampu menyentuh sisi kemanusiaan dan realitas kehidupan masyarakat modern.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada tiga video ceramah di platform YouTube. Oleh sebab itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas objek kajian pada platform digital lain seperti TikTok, Instagram, maupun media dakwah offline untuk melihat konsistensi dan perkembangan strategi retorika dakwah Gus Miftah. Selain menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian selanjutnya juga dapat memanfaatkan metode kuantitatif guna mengukur pengaruh ceramah terhadap perubahan sikap dan pemahaman audiens. Sementara itu, bagi akademisi dan mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian ilmu dakwah, retorika, komunikasi digital, serta studi Islam kontemporer, sekaligus menjadi inspirasi dalam menyusun penelitian yang relevan dengan dinamika dakwah di era digital.

Referensi

- Alvino, Ach Tofan. "Retorika Dakwah KH Syukron Djazilan Pada Pengajian Rutin Masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya." *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.8255>.
- Cenderamata, Citra Rengganis, and Nani Darmayanti. "Analisis Wacana Kritis Fairclough Pada Pemberitaan Selebriti Di Media Daring." *Jurnal Literasi* 3, no. 1 (2019).
- Nadhif, Wildan, Berlianti Karunia Romadhoni, and Luluk Fikri Zuhriyah. "Pengaruh Status Sosial Dan Kekuasaan Dalam Komunikasi Antar Pribadi Antara Gus Miftah Dan Penjual Es Teh." *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama* 7, no. 4 (2024).
- Pridiastuti, Ajeng. "Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial Youtube (Analisis Pada Tema 'Rumah Tangga' Dalam Channel Ustadzah Halimah Alaydrus)." *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah* 6, no. 2 (2022): 1–20. <https://doi.org/10.32832/komunika.v6i2.7096>.
- Rahman, Darul, and Dina Kurniawati. "Pemanfaatan Media Sosial Bagi Pengembangan Pemasaran Umkm (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Distro Di Kabupaten Sumenep)." *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)* 9, no. 02 (2021). <https://doi.org/10.31102/equilibrium.9.02.112-122>.

- Sikumbang, Ahmad Tamrin, and Rahmi Fitria Ulwani Siahaan. "Youtube As a Da'Wah Media." *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian Dan Pengembangan Ilmu Dakwah* 26, no. 2 (2020): 304–22.
- Ustadus Sholihin, and Imam Mukhlis. "Penggunaan Media Sosial Dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM." *Jurnal Bintang Manajemen* 1, no. 4 (2023). <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2266>.
- Wibowo, Adi. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03, no. 02 (2019): 339–56.