



Gaya Retorika DAI Kontemporer dalam Menjawab Tantangan Dakwah Digital: Studi Komparatif Humor, Interaktivitas, dan Kelembutan Pesan

Hendra Prasetya^{1*}, Bayu Darmawan², Feggy Nurdiyansah³, Lilis Satriah⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received June 29, 2026

Revised July 18, 2026

Accepted July 20, 2026

Available online July 20, 2026

Kata Kunci :

Retorika Dakwah, Dai Kontemporer,
Dakwah Digital, Humor,
Interaktivitas, Kelembutan Pesan

Keywords:

*Da'wah Rhetoric, Contemporary
Preachers, Digital Da'wah, Humor,
Interactivity, Message Gentleness*



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright ©2026 by Author. Published by
CV. Rifainstitut

ABSTRAK

Perkembangan media digital mengubah ruang dakwah dari komunikasi satu arah menjadi ruang publik yang cepat, interaktif, dan rentan terhadap pemotongan konteks. Artikel ini bertujuan menganalisis gaya retorika dai kontemporer dalam menjawab tantangan dakwah digital melalui studi komparatif atas tiga model: humor, interaktivitas, dan kelembutan pesan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi komparatif berbasis analisis isi terhadap tiga naskah kajian terdahulu tentang Ustadz Abdul Somad, Dr. Aam Amirudin, dan Prof. KH. Nasaruddin Umar. Data dianalisis melalui kategorisasi tematik berdasarkan kerangka retorika Aristoteles yang mencakup ethos, pathos, dan logos, kemudian dibandingkan dengan tantangan komunikasi digital seperti perluasan jangkauan, dialog dua arah, dan decontextualization. Hasil kajian menunjukkan bahwa Ustadz Abdul Somad merepresentasikan model retorika humoris-populis yang mencairkan resistensi audiens; Dr. Aam Amirudin merepresentasikan model edukatif-interaktif yang menghubungkan dalil dengan problem keseharian melalui media sosial; sedangkan Nasaruddin Umar merepresentasikan model kelembutan-resilien yang menekankan kedalaman pesan, empati, dan ketahanan komunikasi dalam situasi post-truth. Artikel ini menyimpulkan bahwa efektivitas dakwah digital ditentukan oleh kemampuan dai mengintegrasikan otoritas keilmuan, kedekatan emosional, argumentasi logis, serta desain pesan yang adaptif terhadap ekosistem digital.

ABSTRACT

Digital media has transformed Islamic preaching from one-way communication into a fast, interactive, and context-sensitive public sphere. This article aims to analyze the rhetorical styles of contemporary Islamic preachers in responding to the challenges of digital da'wah through a comparative study of three models: humor, interactivity, and message gentleness. This research employs a qualitative approach with a comparative case-study design based on content analysis of three previous academic manuscripts on Ustadz Abdul Somad, Dr. Aam Amirudin, and Prof. KH. Nasaruddin Umar. The data were analyzed through thematic categorization using Aristotle's rhetorical framework of ethos, pathos, and logos, and then compared with digital communication challenges such as expanded reach, two-way dialogue, and decontextualization. The findings show that Ustadz Abdul Somad represents a humorous-populist rhetorical model that reduces audience resistance; Dr. Aam Amirudin represents an educative-interactive model that connects Islamic arguments with everyday problems through social media; while Nasaruddin Umar represents a gentle-resilient model that emphasizes message depth, empathy, and communicative resilience in the post-truth era. The article concludes that the effectiveness of digital da'wah depends on a preacher's ability to integrate scholarly authority, emotional proximity, logical argumentation, and message design that is adaptive to the digital ecosystem.

*Corresponding author

E-mail addresses: hendra.navigators@gmail.com (Hendra Prasetya)

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah menggeser praktik dakwah Islam dari ruang mimbar konvensional menuju ekosistem komunikasi digital yang bersifat terbuka, cepat, dan partisipatif. Dalam kondisi tersebut, dai tidak lagi hanya berhadapan dengan jamaah yang hadir secara fisik, tetapi juga dengan audiens lintas wilayah, usia, kelas sosial, dan preferensi media. Media sosial membuka peluang perluasan jangkauan dakwah, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan baru berupa fragmentasi perhatian, komentar real-time, potongan video pendek, serta perubahan cara audiens memahami pesan keagamaan (Fajrussalam, 2022; Puspito, 2024).

Dalam konteks dakwah digital, keterampilan retorika menjadi semakin penting. Retorika tidak hanya dipahami sebagai seni berbicara, tetapi juga sebagai kemampuan menemukan cara persuasi yang sesuai dengan situasi komunikasi tertentu. Kerangka klasik Aristoteles tentang *ethos*, *pathos*, dan *logos* tetap relevan karena memungkinkan peneliti membaca hubungan antara kredibilitas pendakwah, daya sentuh emosional, dan kekuatan argumentasi (Aristoteles, 2004; Samsudin, 2023). Ketiga unsur ini menjadi fondasi penting dalam menganalisis efektivitas pesan dakwah di ruang digital.

Namun, dakwah digital tidak dapat dijelaskan hanya melalui kemampuan berbicara. Media digital memiliki logika tersendiri: pesan agama dapat menyebar luas, tetapi juga dapat dipotong, diedit ulang, atau dibaca tanpa konteks. Dalam situasi *post-truth*, fakta objektif sering kalah oleh emosi, opini kelompok, dan persepsi personal. Kondisi ini menuntut dai untuk tidak hanya menyampaikan pesan yang benar secara substansi, tetapi juga merancang pesan yang tahan terhadap salah tafsir dan penyebaran tanpa konteks (Khotimah, 2024; Muliana et al., 2025).

Sejumlah kajian terdahulu telah membahas dakwah digital, komunikasi dakwah, dan retorika dai kontemporer. Rustandi (2020) menekankan pentingnya model komunikasi dua arah dalam ceramah daring. Fajrussalam (2022) menyoroti peluang dan tantangan media sosial bagi penyebaran Islam. Tamirano (2026) menunjukkan bahwa konten dakwah visual di TikTok menuntut pesan yang ringkas, personal, dan persuasif. Kajian lain menggarisbawahi bahwa pendekatan dakwah yang efektif perlu menggabungkan dimensi rasional, emosional, dan praktis (Asbi et al., 2025; Ramli, 2024).

Meskipun demikian, sebagian besar kajian masih cenderung membahas satu tokoh, satu platform, atau satu bentuk strategi komunikasi. Artikel ini menawarkan kebaruan dengan menyusun tipologi komparatif tiga gaya retorika dai kontemporer Indonesia: humor, interaktivitas, dan kelembutan pesan. Ketiganya dipilih karena mewakili respons yang berbeda terhadap tantangan dakwah digital. Humor merespons kejenuhan dan resistensi audiens; interaktivitas merespons kebutuhan dialog dua arah; sedangkan kelembutan pesan merespons kerentanan komunikasi agama terhadap polarisasi dan *decontextualization*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian. Pertama, bagaimana bentuk gaya retorika humor, interaktivitas, dan kelembutan pesan dalam dakwah digital dai kontemporer? Kedua, bagaimana perbedaan strategi *ethos*, *pathos*, dan *logos* dalam ketiga model tersebut? Ketiga, bagaimana kontribusi ketiga model retorika tersebut dalam menjawab tantangan dakwah digital? Tujuan artikel ini adalah menganalisis secara komparatif gaya retorika Ustadz Abdul Somad, Dr. Aam Amirudin, dan Prof. KH. Nasaruddin Umar untuk merumuskan model konseptual retorika dakwah digital kontemporer.

2. KAJIAN LITERATUR

Retorika Dakwah dan Kerangka *Ethos*, *Pathos*, *Logos*

Retorika dalam tradisi klasik dipahami sebagai kemampuan mengidentifikasi sarana persuasi yang tersedia dalam suatu situasi komunikasi. Dalam dakwah, retorika tidak berdiri sebagai teknik berbicara yang netral, melainkan berkaitan dengan penyampaian pesan

keagamaan yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan. Karena itu, retorika dakwah perlu memadukan kecakapan bahasa, kejelasan argumentasi, dan kepekaan etis terhadap kondisi audiens (Aristoteles, 2004; Ilaihi, 2010).

Ethos mengacu pada kredibilitas dan karakter pembicara. Dalam dakwah, ethos tampak pada otoritas keilmuan, keteladanan moral, konsistensi perilaku, dan kepercayaan publik terhadap dai. Pathos berkaitan dengan kemampuan menyentuh emosi audiens melalui kisah, humor, empati, atau kelembutan bahasa. Logos berhubungan dengan ketertiban argumen, penggunaan dalil, analogi, dan rasionalitas pesan. Ketiga unsur ini bekerja secara simultan dalam membentuk daya persuasi dakwah (Samsudin, 2023).

Dalam perspektif komunikasi Islam, retorika dakwah juga beririsan dengan prinsip al-hikmah, al-mau'izhah al-hasanah, dan al-jidal bi al-lati hiya ahsan sebagaimana menjadi dasar normatif penyampaian pesan keagamaan. Ramli (2024) menegaskan bahwa teori komunikasi diperlukan agar pesan agama dapat diterima audiens dan mendorong perubahan perilaku. Asbi et al. (2025) juga menekankan pentingnya integrasi pendekatan rasional, emosional, dan praktis dalam strategi dakwah kontemporer.

Dakwah Digital, Interaktivitas, dan Post-Truth

Dakwah digital merujuk pada aktivitas penyampaian pesan Islam melalui perangkat dan platform digital. Media sosial memungkinkan dai menyampaikan pesan dalam format ceramah panjang, potongan video pendek, siaran langsung, poster visual, hingga dialog komentar. Akan tetapi, keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada penguasaan teknologi, melainkan juga pada kemampuan menyesuaikan format pesan dengan karakter setiap platform (Fajrussalam, 2022; Puspito, 2024).

Interaktivitas menjadi salah satu ciri penting dakwah digital. Jika ceramah konvensional cenderung satu arah, media sosial membuka ruang respons langsung melalui komentar, sesi tanya jawab, dan siaran langsung. Rustandi (2020) menyebut komunikasi dua arah sebagai salah satu kunci keberhasilan ceramah daring. Dalam konteks generasi muda, konten yang kontekstual, ringkas, dan visual juga dinilai lebih mudah diterima karena sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi digital (Husna, 2024; Tamirano, 2026).

Di sisi lain, era post-truth menghadirkan tantangan serius bagi komunikasi dakwah. Pesan yang benar secara substansi dapat kehilangan makna ketika dipotong dari konteks, dibingkai ulang oleh kepentingan tertentu, atau disebarkan berdasarkan emosi massa. Khotimah (2024) menekankan pentingnya literasi media dalam menghadapi disrupsi digital, sedangkan Muliana et al. (2025) menunjukkan bahwa media sosial sekaligus membuka peluang jangkauan dakwah dan risiko penyimpangan makna pesan.

Humor dan Kelembutan sebagai Strategi Persuasi

Humor dalam komunikasi dapat menurunkan ketegangan psikologis dan membangun kedekatan antara pembicara dan audiens. Berger (1997) menjelaskan bahwa humor sering muncul melalui ketidaksesuaian antara ekspektasi dan realitas yang disajikan. Morreall (1983) memandang humor sebagai mekanisme pembebasan ketegangan. Dalam dakwah, humor dapat menjadi jembatan untuk menyampaikan pesan moral atau hukum Islam yang berat tanpa membuat audiens merasa dihakimi.

Kelembutan pesan juga merupakan strategi retorik penting. Kelembutan bukan berarti melemahkan substansi ajaran, tetapi mengemas pesan dengan bahasa yang menghormati martabat audiens, menghindari penghakiman, dan membuka ruang penerimaan. Dalam konteks krisis komunikasi, kelembutan dapat menjadi modal pemulihan kepercayaan publik. Coombs (2017) menempatkan respons yang mengandung permintaan maaf, empati, dan komitmen perbaikan sebagai bagian dari strategi komunikasi krisis yang relevan ketika persepsi tanggung jawab publik tinggi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi komparatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami pola makna, strategi pesan, dan konstruksi retorika dalam praktik dakwah digital. Desain komparatif digunakan untuk membandingkan tiga kasus dai kontemporer yang memiliki karakter retorika berbeda, yaitu Ustadz Abdul Somad, Dr. Aam Amirudin, dan Prof. KH. Nasaruddin Umar.

Sumber data penelitian berupa tiga naskah kajian terdahulu yang membahas masing-masing tokoh, yaitu kajian tentang retorika jenaka Ustadz Abdul Somad, strategi komunikasi dakwah digital Dr. Aam Amirudin, dan retorika kelembutan Nasaruddin Umar di era post-truth. Ketiga naskah tersebut dianalisis sebagai korpus dokumen akademik, sedangkan rujukan bibliografis yang digunakan dalam artikel ini dibatasi pada sumber-sumber yang telah tercantum dalam daftar pustaka ketiga naskah tersebut. Pembatasan ini dilakukan untuk menjaga konsistensi data dan menghindari penambahan referensi yang tidak berasal dari korpus awal.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan studi pustaka. Unit analisis meliputi pernyataan, deskripsi strategi komunikasi, karakteristik gaya bahasa, bentuk pemanfaatan media digital, serta interpretasi atas ethos, pathos, dan logos yang muncul dalam ketiga kajian. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama, sedangkan analisis tematik dipakai untuk mengelompokkan temuan ke dalam kategori humor, interaktivitas, kelembutan pesan, kredibilitas, emosi, argumentasi, dan ketahanan pesan digital (Braun & Clarke, 2006; Krippendorff, 2018).

Tahapan analisis dilakukan melalui empat langkah. Pertama, membaca ulang ketiga naskah dan menandai bagian yang berkaitan dengan retorika dakwah digital. Kedua, melakukan reduksi data dengan memilah temuan yang relevan dengan humor, interaktivitas, dan kelembutan pesan. Ketiga, membandingkan masing-masing kasus berdasarkan kerangka ethos, pathos, dan logos. Keempat, menyusun sintesis konseptual berupa tipologi model retorika dakwah digital kontemporer. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dokumen, konsistensi kategori analisis, dan pemeriksaan silang antara temuan kasus dengan literatur yang tercantum dalam ketiga naskah (Creswell, 2014; Miles et al., 2014; Moleong, 2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan Dakwah Digital sebagai Konteks Komparasi

Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga tokoh yang dikaji berada dalam medan dakwah digital yang sama, tetapi meresponsnya dengan model retorika yang berbeda. Medan tersebut ditandai oleh tiga tantangan utama. Pertama, audiens digital semakin heterogen sehingga pesan dakwah perlu dikemas dalam bahasa yang mudah dipahami tanpa kehilangan substansi. Kedua, media sosial menuntut komunikasi yang lebih interaktif karena jamaah tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bertanya, mengomentari, membagikan, dan menafsirkan ulang pesan. Ketiga, pesan dakwah rentan mengalami decontextualization, terutama ketika potongan ceramah beredar tanpa latar peristiwa yang utuh (Khotimah, 2024; Muliana et al., 2025).

Dalam konteks tersebut, Ustadz Abdul Somad, Dr. Aam Amirudin, dan Nasaruddin Umar memperlihatkan tiga strategi adaptasi. Ustadz Abdul Somad menggunakan humor sebagai sarana membangun kedekatan dan menurunkan resistensi audiens. Dr. Aam Amirudin menonjolkan interaktivitas dan penyesuaian platform agar dakwah tidak berhenti sebagai siaran satu arah. Nasaruddin Umar mengembangkan kelembutan pesan sebagai jalan menjaga kedalaman substansi sekaligus merespons risiko polarisasi dan krisis komunikasi.

Retorika Humoris-Populis Ustadz Abdul Somad

Ustadz Abdul Somad merepresentasikan model retorika humoris-populis. Model ini ditandai oleh penggunaan analogi lucu, dramatisasi verbal, dialog imajiner, dan spontanitas situasional. Dalam kajian terhadap ceramahnya di YouTube, humor tidak muncul sebagai sisipan hiburan yang terpisah dari pesan, tetapi menjadi bagian dari struktur persuasi. Humor dipakai untuk mencairkan suasana, mengurangi jarak antara dai dan jamaah, serta membuat persoalan hukum Islam yang kompleks menjadi lebih mudah dicerna (Berger, 1997; Media Hikmah, 2026).

Pada dimensi ethos, humor memperkuat citra dai sebagai komunikator yang dekat dengan audiens dan tidak berjarak secara sosial. Kemampuan menertawakan situasi, menggunakan bahasa lokal, dan mengolah gangguan teknis menjadi bahan kelakar menunjukkan kepekaan retorik. Ethos yang dibangun bukan hanya otoritas ilmu, tetapi juga keakraban komunikatif. Dalam ruang digital, karakter demikian penting karena audiens tidak selalu hadir dalam hubungan guru-murid yang formal; sebagian besar audiens mengenal dai melalui potongan video dan respons spontan yang mudah dibagikan.

Pada dimensi pathos, humor bekerja sebagai pembuka penerimaan emosional. Ustadz Abdul Somad memanfaatkan pantun, analogi, dan kelakar untuk membuat audiens tertawa sebelum menerima pesan moral. Strategi ini sejalan dengan teori humor sebagai pembebasan ketegangan (Morreall, 1983). Ketika audiens tertawa, hambatan psikologis terhadap pesan keagamaan yang bersifat normatif dapat berkurang. Dengan demikian, humor berfungsi sebagai pintu masuk bagi internalisasi pesan, bukan sekadar alat popularitas.

Pada dimensi logos, humor mengubah konsep abstrak menjadi narasi konkret. Persoalan seperti tobat, rukiah, darurat dalam hukum Islam, dan integritas moral dijelaskan melalui perumpamaan yang mudah dibayangkan. Di sinilah kekuatan model humoris-populis: argumentasi tidak ditampilkan dalam bentuk skema teoretis yang berat, tetapi melalui cerita yang membekas dalam ingatan. Meskipun demikian, model ini juga memiliki risiko. Di ruang digital, potongan humor dapat viral terlepas dari konteks teologisnya, sehingga pesan dakwah dapat direduksi menjadi hiburan jika tidak diimbangi dengan penekanan substansi.

Retorika Edukatif-Interaktif Dr. Aam Amirudin

Dr. Aam Amirudin merepresentasikan model retorika edukatif-interaktif. Model ini bertumpu pada kemampuan mengaitkan ajaran Islam dengan problem keseharian umat, serta memanfaatkan media sosial sebagai ruang pembelajaran dan dialog. Kajian tentang dakwahnya menunjukkan penggunaan multi-platform, terutama YouTube, Instagram, dan Facebook, dengan fungsi yang berbeda: YouTube untuk ceramah panjang, Instagram untuk konten singkat dan visual, sedangkan Facebook untuk komunitas dan interaksi (Fajrussalam, 2022; Puspito, 2024).

Pada dimensi ethos, Dr. Aam Amirudin membangun kredibilitas melalui latar keilmuan, konsistensi dakwah, dan rekam jejak sebagai dai yang menyampaikan materi secara sistematis. Ethos dalam model ini tidak bertumpu pada karisma spontan semata, tetapi pada persepsi audiens bahwa pendakwah mampu menjawab masalah praktis dengan rujukan agama yang jelas. Kredibilitas tersebut diperkuat oleh gaya komunikasi yang lugas, terstruktur, dan tidak berlebihan (Samsudin, 2023).

Pada dimensi pathos, interaktivitas menjadi sarana membangun kedekatan emosional. Ruang komentar, siaran langsung, dan sesi tanya jawab memungkinkan jamaah merasa dilibatkan dalam proses dakwah. Dalam model ini, pathos tidak hanya hadir dalam kisah atau humor, tetapi juga dalam pengalaman didengar. Audiens digital cenderung lebih responsif ketika pertanyaan dan kegelisahan mereka mendapat ruang. Karena itu, interaktivitas dapat memperkuat loyalitas dan rasa memiliki terhadap komunitas dakwah (Rustandi, 2020).

Pada dimensi logos, Dr. Aam Amirudin menonjolkan penjelasan argumentatif berbasis dalil, logika, dan konteks. Tema yang diangkat mencakup etika bermedia sosial, problem keluarga, fiqh praktis, akhlak, dan penafsiran ayat atau hadis dalam realitas kontemporer. Karakter ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak sekadar memindahkan ceramah ke internet, tetapi menuntut transformasi cara pengemasan pesan sesuai medium dan kebutuhan audiens. Kekuatan model edukatif-interaktif terletak pada kemampuannya menjadikan dakwah sebagai proses pembelajaran berkelanjutan.

Retorika Kelembutan-Resilien Nasaruddin Umar

Prof. KH. Nasaruddin Umar merepresentasikan model retorika kelembutan-resilien. Model ini menekankan bahasa yang lembut, argumentasi yang mendalam, penghormatan terhadap audiens, dan ketahanan pesan dalam situasi krisis. Kajian terhadap gaya komunikasinya menunjukkan bahwa kelembutan bukan sekadar karakter personal, melainkan strategi retorik yang terbangun melalui ethos akademik-spiritual, pathos empatik, dan logos tafsir yang kuat (IBTimes.ID, 2025; UIN Alauddin Makassar, 2025).

Pada dimensi ethos, Nasaruddin Umar memiliki legitimasi berlapis: akademisi tafsir, Imam Besar Masjid Istiqlal, tokoh dialog antaragama, dan pejabat publik. Ethos ini diperkuat oleh sikap tawadhu dan citra sebagai ulama moderat. Dalam konteks digital, ethos semacam ini penting karena otoritas keagamaan sering dinegosiasikan ulang oleh publik. Audiens tidak hanya menilai isi ceramah, tetapi juga integritas tokoh, rekam jejak, dan konsistensi perilaku di berbagai arena komunikasi.

Pada dimensi pathos, kelembutan menjadi mekanisme penyentuhan emosi. Nasaruddin Umar cenderung menghindari retorika ancaman atau penghakiman, lalu memilih bahasa yang menyejukkan dan merangkul. Kelembutan tersebut relevan dengan tantangan dakwah digital yang sering diwarnai polarisasi. Pendekatan empatik membuat pesan agama tidak tampil sebagai alat pemisah, tetapi sebagai energi dialog dan rekonsiliasi sosial.

Pada dimensi logos, Nasaruddin Umar menampilkan kedalaman konseptual melalui pembacaan Qur'ani, gagasan dakwah multiarena, dan dorongan pembaruan metodologi tafsir. Ia tidak hanya berdakwah di mimbar, tetapi juga di ruang akademik, kebijakan publik, dan forum lintas agama. Model ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak cukup dipahami sebagai aktivitas penyebaran konten, tetapi sebagai kerja intelektual dan sosial yang menuntut konsistensi nilai di berbagai ruang (JPNN.com, 2025; UIN KH Achmad Siddiq Jember, 2025).

Kasus viral September 2025 memperlihatkan ujian terhadap retorika kelembutan di era post-truth. Pernyataan yang semula dimaksudkan sebagai ajakan memaknai profesi guru secara lebih mulia dipotong dan menimbulkan kontroversi. Respons berupa permintaan maaf, penjelasan konteks, dan komitmen tindakan konkret dapat dibaca sebagai strategi komunikasi krisis yang sejalan dengan pendekatan rebuild dalam kerangka SCCT (Coombs, 2017; Humas Indonesia, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa kelembutan tidak identik dengan kelemahan, melainkan dapat menjadi sumber resiliensi komunikasi ketika pesan mengalami distorsi.

Perbandingan Model Retorika Dakwah Digital

Perbandingan ketiga tokoh menunjukkan bahwa humor, interaktivitas, dan kelembutan pesan bukan kategori yang saling meniadakan. Ketiganya merupakan penekanan strategis yang dapat dipadukan dalam praktik dakwah digital. Perbedaannya terletak pada titik masuk persuasi: Ustadz Abdul Somad masuk melalui tawa dan kedekatan bahasa; Dr. Aam Amirudin melalui dialog edukatif dan pemanfaatan platform; sedangkan Nasaruddin Umar melalui kelembutan, kedalaman makna, dan ketahanan terhadap krisis. Perbandingan tersebut diringkas dalam Tabel 1.

Tabel 1. Tipologi gaya retorika dai kontemporer dalam dakwah digital

Dimensi	Ustadz Abdul Somad	Dr. Aam Amirudin	Prof. KH. Nasaruddin Umar
Model utama	Humoris-populis	Edukatif-interaktif	Kelembutan-resilien
Titik persuasi	Tawa, analogi, spontanitas, bahasa lokal	Dialog, pembelajaran, komunitas digital	Empati, kedalaman tafsir, ketahanan krisis
Ethos	Kedekatan sosial dan kecerdasan spontan	Kredibilitas keilmuan dan konsistensi edukatif	Otoritas akademik-spiritual dan integritas publik
Pathos	Mencairkan ketegangan psikologis audiens	Membangun rasa didengar dan dilibatkan	Menyejukkan emosi dan merangkul perbedaan
Logos	Menyederhanakan hukum Islam melalui narasi konkret	Mengaitkan dalil dengan problem keseharian	Membangun argumentasi konseptual dan kontekstual
Tantangan digital yang dijawab	Kejenuhan, resistensi, jarak sosial dai-audiens	Kebutuhan komunikasi dua arah dan segmentasi platform	Post-truth, polarisasi, dan decontextualization
Risiko	Pesan dapat direduksi menjadi hiburan	Interaksi dapat menjadi dangkal jika tidak dikurasi	Pesan bernuansa rentan dipotong dari konteks

Sintesis: Tipologi Retorika Dakwah Digital Kontemporer

Temuan komparatif artikel ini menghasilkan tiga tipologi retorika dakwah digital kontemporer. Pertama, retorika humoris-populis, yaitu model dakwah yang memanfaatkan humor, analogi, dan spontanitas untuk membangun kedekatan emosional serta menyederhanakan pesan agama. Kedua, retorika edukatif-interaktif, yaitu model dakwah yang memadukan konten keagamaan dengan problem keseharian melalui platform digital dan dialog dua arah. Ketiga, retorika kelembutan-resilien, yaitu model dakwah yang menekankan empati, kedalaman pesan, dan ketahanan komunikasi dalam menghadapi distorsi makna.

Kontribusi utama tipologi ini adalah memperluas pemahaman tentang efektivitas dakwah digital. Efektivitas tidak hanya berarti jumlah penonton, pengikut, atau tingkat viralitas, tetapi juga kualitas relasi komunikatif antara dai, pesan, media, dan audiens. Humor dapat membuat pesan mudah diterima, tetapi perlu dijaga agar tidak menghilangkan substansi. Interaktivitas dapat memperkuat kedekatan, tetapi memerlukan manajemen komunitas yang konsisten. Kelembutan dapat meredam konflik, tetapi perlu dilengkapi dengan desain pesan yang jelas agar tidak mudah disalahartikan.

Dengan demikian, dakwah digital membutuhkan integrasi antara kompetensi retorika dan literasi media. Dai kontemporer tidak cukup memiliki otoritas keilmuan; ia juga perlu memahami cara kerja platform, cara audiens memotong dan menyebarkan pesan, serta cara membangun komunikasi yang dapat bertahan dalam arus informasi yang cepat. Dalam kerangka ini, ethos, pathos, dan logos perlu dibaca ulang bukan hanya sebagai unsur pidato, tetapi sebagai modal komunikasi digital yang bekerja di tengah algoritma, komentar publik, dan fragmentasi konteks.

5. KESIMPULAN

Artikel ini menyimpulkan bahwa gaya retorika dai kontemporer dalam menjawab tantangan dakwah digital dapat dipetakan ke dalam tiga model utama: humoris-populis, edukatif-interaktif, dan kelembutan-resilien. Ustadz Abdul Somad menunjukkan bahwa humor dapat menjadi strategi persuasi yang efektif untuk mencairkan resistensi audiens, membangun pathos, dan menyederhanakan pesan keagamaan. Dr. Aam Amirudin menunjukkan bahwa interaktivitas dan pengelolaan media sosial dapat memperluas dakwah menjadi ruang pembelajaran dan dialog. Nasaruddin Umar menunjukkan bahwa kelembutan pesan dapat menjadi kekuatan retorik dalam menjaga kedalaman substansi sekaligus menghadapi risiko post-truth dan decontextualization.

Secara teoretis, artikel ini memperlihatkan bahwa kerangka ethos, pathos, dan logos masih relevan untuk membaca dakwah digital, tetapi perlu diperkaya dengan perhatian pada logika platform, interaktivitas, dan resiliensi pesan. Secara praktis, temuan ini menegaskan bahwa dai kontemporer perlu menggabungkan otoritas ilmu, kedekatan emosional, argumentasi logis, dan literasi media. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan data primer langsung dari video, komentar audiens, dan analitik platform agar model retorika dakwah digital dapat diuji secara lebih empiris.

6. REFERENSI

- Al-Qur'an al-Karim. (2019). Terjemahan Kementerian Agama Republik Indonesia. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Aristoteles. (2004). Retorika seni persuasi (Terjemahan). Penerbit Kanisius.
- Asbi, M., Firdaus, S. F., & Hamidah, L. (2025). Strategi dan pendekatan dakwah di era digital pada pemikiran Muhammad Al-Bayanuni. *Jurnal An-Nida*, 17(1). <https://ejournal.unisnu.ac.id/JKIN>
- Berger, A. A. (1997). *Humor interaction: A social psychology of humor*. University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Coombs, W. T. (2017). A qualitative meta-analysis of apologia, image repair, and crisis communication: Implications for theory and practice. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fajrussalam, H. (2022). Dakwah digital: Peluang dan tantangan penyebaran Islam di era media sosial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 38-58.
- Goresan Hidayah. (2026). Ceramah terbaru Ustadz Abdul Somad di Pengadilan Tinggi. Tautan Video.
- Hidayah to Jannah. (2026). Kumpulan tanya jawab lucu Ustadz Abdul Somad. Tautan Video.
- Humas Indonesia. (2025, September). Komunikasi krisis Menag Nasaruddin Umar usai pernyataannya picu kontroversi. [HumasIndonesia.id](https://www.humasindonesia.id). <https://www.humasindonesia.id>
- Husna. (2024). Dakwah milenial: Strategi komunikasi keislaman yang efektif bagi Generasi Z. *Jurnal Studi Islam*, 5(2), 48-68.
- IBTimes.ID. (2025, Februari). Komunikasi dakwah: Belajar dari Prof Nasaruddin Umar. IBTimes.ID. <https://ibtimes.id/komunikasi-dakwah-belajar-dari-prof-nasaruddin-umar>
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.
- JPNN.com. (2025, November). Menag Nasaruddin dorong pendekatan tafsir induktif dan berwawasan keindonesiaan. [JPNN.com](https://www.jpnn.com). <https://www.jpnn.com>
- Khotimah. (2024). Pentingnya literasi media era disrupsi digital dan post truth. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(2). <https://doi.org/10.24235/orasi.v15i2.10637>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE

Publications.

- Media Hikmah. (2026). Ustadz Abdul Somad: Hukum tato dan rukiah. Tautan Video.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Morreall, J. (1983). *Taking laughter seriously*. State University of New York Press.
- Muliana, S., Sihombing, S. M., Rahmitha, S., & Sirait, A. K. (2025). Pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(May), 84-91.
- Puspito. (2024). Media sosial sebagai ruang dakwah kontemporer. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1-18.
- Ramli, M. A. (2024). Teori komunikasi dakwah dalam penyebaran pesan Islam. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4290-4292. <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>
- Rustandi. (2020). Dakwah interaktif di era digital: Model komunikasi dua arah dalam ceramah online. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 105-125.
- Samsudin. (2023). Retorika dalam dakwah: Analisis gaya bahasa dai kontemporer. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 78-98.
- Tamirano, R. (2026). Konstruksi pesan dalam konten dakwah visual pada platform TikTok: Tinjauan teori komunikasi massa. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 89-99. <https://journal.jmdikpublisher.com>
- UIN Alauddin Makassar. (2025, Februari). KH. Nasaruddin Umar: Ulama moderat yang konsisten dalam menjaga akidah wasathiyah. uin-alauddin.ac.id. <https://uin-alauddin.ac.id>
- UIN KH Achmad Siddiq Jember. (2025, Juli). Jihad intelektual ala Nasaruddin Umar. uinkhas.ac.id. <https://www.uinkhas.ac.id>