

Komunikasi Efektif Gaya Ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) Versus Adi Hidayat (UAH)

Pia Khoirotun Nisa¹, Misnan^{2*}, Murodi³, Arief Subhan⁴

¹⁻⁴Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Tangerang Selatan, Indonesia

*cakmisnankece@gmail.com

Artikel

Submitted: 19-07-2024

Reviewed: 06-09-2024

Accepted: 17-11-2024

Published: 27-12-2024

DOI:

10.32509/wacana.v23i2.4290



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0.

Volume : 23
No. : 2
Bulan : December
Tahun : 2024
Halaman : 317-326

Abstract

This study aims to show the effectiveness of the communication styles of Ustadz Abdul Somad (UAS) and Ustadz Adi Hidayat (UAH) through the lens of Aristotle's persuasion theory, as well as to compare both based on the concepts of ethos, pathos, and logos. Adopting a constructivist paradigm, the study employs a communication and sermon science approach, utilizing a case study method. Data was collected through a review of digital media documentation and analyzed inductively using a thematic approach, including data coding, theme identification, and narrative construction. The findings reveal that UAS is more straightforward and simple in terms of logos in delivering its message, while UAH adopts a more analytical and comprehensive approach. Regarding pathos, UAS engages the audience emotionally through humor and light-hearted stories, while UAH encourages deeper reflection with real-life examples. Regarding ethos, both Ustadz holds high credibility, with UAS being perceived as more approachable, while UAH is seen as more academic. UAS's communication style is more effective for a broad audience, utilizing an interactive and simple approach. In contrast, UAH's style is more effective for an audience seeking in-depth understanding through an academic and introspective approach.

Keywords: effective communication, da'wah style, UAS, UAH

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan efektivitas komunikasi gaya ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH) melalui perspektif teori persuasi Aristoteles, serta membandingkan keduanya berdasarkan konsep-konsep *ethos*, *pathos* dan *logos*. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan ilmu komunikasi dan ilmu ceramah, serta metode studi kasus. Data diperoleh melalui telaah dokumentasi media digital dan dianalisis secara induktif dengan pendekatan tematik, yang meliputi pengkodean data, identifikasi tema, dan konstruksi narasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari segi *logos*, UAS lebih sederhana dan langsung dalam penyampaian pesan, sementara UAH lebih analitis dan komprehensif. Dalam aspek *pathos*, UAS menggunakan humor dan cerita ringan untuk menarik emosi audien, sementara UAH mengajak audien untuk merenung melalui contoh kehidupan nyata. Dari sisi *ethos*, kedua ustadz memiliki kredibilitas tinggi, dengan UAS dikenal lebih mudah didekati dan UAH lebih akademis. Gaya komunikasi UAS lebih efektif untuk audien luas dengan pendekatan interaktif dan sederhana, sementara UAH lebih efektif untuk audien yang menginginkan pemahaman mendalam dengan pendekatan akademis dan introspektif.

Kata kunci: komunikasi efektif, gaya ceramah, UAS, UAH

PENDAHULUAN

Peran ilmu komunikasi dalam ceramah tidak hanya sebatas penyampaian pesan, tetapi juga mencakup pemahaman audien, penggunaan media yang tepat, serta penyusunan pesan yang menarik dan mudah dipahami. Dalam ceramah, komunikasi yang efektif tidak hanya dapat meningkatkan pemahaman audien tetapi juga akan mampu membangun kedekatan emosional antara penceramah dan audien. Jika hal ini tercapai, maka pesan ceramah dapat diterima dengan lebih terbuka dan menghasilkan perubahan pada masyarakat. Inilah target urgensi dari ceramah (Hanifah & Hartriyanti, 2023) (Irwan et al., 2021).

Tidak hanya teknologi, pemahaman tentang strategi komunikasi modern juga diperlukan dalam ceramah. Misalnya, pemanfaatan *storytelling*, *visual communication*, dan penggunaan bahasa yang sesuai dengan target audien menjadi kunci keberhasilan ceramah di era digital. Penceramah harus mampu mengemas pesan dengan cara yang menarik dan relevan bagi audien yang beragam, mulai dari Generasi Z sampai *baby boomers*, dengan berbagai fenomena selera (Herna et al., 2019).

Selain itu, integrasi antara ceramah dan komunikasi juga membutuhkan pendekatan yang holistik. Hal ini berarti bahwa ceramah tidak hanya fokus pada penyebaran informasi agama semata, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek lain seperti sosial, budaya dan psikologis audien. Pendekatan yang holistik ini dapat menciptakan komunikasi dua arah yang lebih efektif, yakni penceramah dapat menyelami *audience needs*, *audience problems* dan *audience solutions* (Afnan & Fathurrohman, 2020).

Komunikasi memang bukan *panacea*, obat dari suatu masalah, tetapi komunikasi yang efektif dalam ceramah juga dapat mengatasi berbagai tantangan sosial, seperti kesalahpahaman, resistensi dan perbedaan pandangan. Dengan menggunakan strategi komunikasi yang tepat, penceramah dapat menjelaskan ajaran Islam dengan lebih jelas, sehingga mampu mengatasi berbagai isu. Hal ini tentu sangat membantu memperkuat citra Islam (Dinullah et al., 2023).

Menurut Aristoteles, hubungan pembicara dengan khalayak sangat penting, dan karena itu khalayak haruslah menjadi pertimbangan utama jika pembicaraan ingin berhasil. Selain itu, dalam retorika Aristoteles juga mempunyai kaidah yang disebut dengan *the five canons of rhetorics*, yaitu: *Inventio* (Penemuan), *Dispositio /Arrangement* (Penyusunan), *Elocutio/ Style* (Gaya), *Pronuntiatio/ Delivery* (Penyampaian), *Memoria/ Memory* (Ingatan) (Fasadena, 2022).

Ustadz Abdul Somad adalah seorang penceramah dan ulama Indonesia yang sering mengulas berbagai macam persoalan agama, khususnya kajian ilmu hadits dan ilmu fikih. Beberapa hal yang membuat Ustadz Abdul Somad fenomenal sebagai penceramah: 1) Ustadz Abdul Somad dikenal memiliki pengetahuan yang luas dalam bidang ilmu agama Islam, sejarah, dan berbagai disiplin ilmu lainnya. Hal ini membuatnya mampu memberikan penjelasan yang komprehensif dan menarik. Beliau juga memiliki gaya penyampaian yang santai, humoris, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Ustadz Abdul Somad sering menggunakan contoh-contoh konkret yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, membuat materi ceramahnya semakin menarik. 2) Ustadz Abdul Somad juga dikenal tidak segan untuk menyuarakan kebenaran dan kritik terhadap isu-isu sosial dan politik yang terjadi, tanpa takut akan konsekuensi. Hal ini membuat beliau dihormati oleh banyak orang. Meskipun terkenal, Ustadz Abdul Somad tetap dikenal sebagai sosok yang rendah hati, sederhana, dan dekat dengan masyarakat. Hal ini membuat beliau semakin disegani. 3) Ustadz Abdul Somad juga memiliki jaringan yang luas, baik di kalangan ulama, politisi, maupun masyarakat umum. Hal ini membuatnya semakin dikenal dan berpengaruh. Kombinasi dari berbagai faktor inilah yang menjadikan Ustadz Abdul Somad sebagai salah satu penceramah yang fenomenal di Indonesia saat ini (Hasanah & Usman, 2020).

Dalam artikel berjudul "*Da'wah Rhetoric by Ustadz Abdul Somad and Ustadz Adi Hidayat in Conveying Da'wah Messages*" dinyatakan bahwa pada dimensi *ethos*, UAS dan UAH keduanya memiliki kredibilitas yang sama dalam hal pengetahuan di bidang tauhid, fiqh, ibadah, dan akhlak. Perbedaannya terletak pada kekuatan keahlian yang dimiliki. UAS menggunakan kosakata santai, ahli dalam membuat analogi dan mahir dalam menyisipkan humor spontan. Sementara itu, UAH terlihat dari penguasaan semantik dan tema-tema dalam Al-Qur'an serta pemahaman terhadap lokasi dan posisi ayat-ayat dalam Al-Qur'an. Kedua, pada dimensi *pathos*, UAS dan UAH keduanya menyentuh

emosi audien dan menyebarkan kasih sayang dengan menggunakan nasihat dan doa. Terakhir, pada dimensi *logos*, UAS dan UAH keduanya memiliki pengetahuan sejarah, kemampuan untuk membuat analogi, menciptakan fiksi, pengalaman abstrak dan kemampuan logis (Malik et al., 2023).

Selanjutnya dalam artikel "Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Adi Hidayat di Youtube serta Efeknya terhadap Publik", dinyatakan bahwa Ustadz Adi Hidayat merupakan pendakwah terkenal Indonesia yang memiliki popularitas tinggi di kalangan masyarakat. Meskipun nama beliau tidak terdaftar dalam 200 mubalig rekomendasi Kemenag (Kementerian Agama), tetapi beliau tetap digemari masyarakat disebabkan beliau aktif berdakwah di media sosial salah satunya di youtube. Dengan maraknya fenomena berdakwah di media sosial ustadz Adi Hidayat pun ikut melebarkan perjuangan dakwahnya melalui media sosial salah satunya pada media youtube karena dianggap sebagai media yang efektif untuk berdakwah di zaman serba teknologi seperti sekarang. Dalam berdakwah khususnya di media youtube, ustadz Adi Hidayat memiliki strategi dan gaya komunikasinya yang dapat membuat masyarakat mengagumi dan menyukai dakwahnya. Oleh karenanya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi dan gaya komunikasi dakwah ustadz Adi Hidayat serta mengetahui efek yang timbul bagi para penonton video dakwahnya di youtube. Dengan strategi dan gaya komunikasi yang dibawakan ustadz Adi Hidayat, menyebabkan banyak masyarakat melihat video dakwah mereka sehingga banyak masyarakat yang mulanya tidak tahu menjadi tahu dengan apa yang disampaikan kedua ustadz tersebut. bahkan banyak masyarakat yang mengungkapkan keinginan mereka untuk mengikuti apa yang disampaikan ustadz Adi Hidayat dalam dakwahnya di youtube (Hidayat & Style, 2024).

Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membandingkan gaya komunikasi ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH) dalam perspektif teori persuasi Aristoteles. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi gaya komunikasi ceramah UAS berdasarkan konsep-konsep kunci dalam teori persuasi Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos* dan *logos*; 2) Mengidentifikasi gaya komunikasi ceramah UAH berdasarkan konsep-konsep tersebut; dan 3) Membandingkan kedua gaya komunikasi ceramah tersebut untuk melihat perbedaan dan kesamaan dalam cara kedua ustadz menyampaikan pesan-pesan ceramah kepada audien. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai keefektifan pendekatan komunikasi yang digunakan oleh kedua ustadz dalam mempengaruhi dan menyampaikan pesan da'wah kepada masyarakat.

METODOLOGI

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis (Hardiyanti & Putri, 2022). Paradigma ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana realitas sosial dikonstruksi melalui interaksi komunikasi antara penceramah dan audien dalam konteks ceramah Islam. Pendekatan yang digunakan adalah ilmu komunikasi dan ilmu dakwah. Pendekatan ini diterapkan untuk mendalami pemahaman tentang pengalaman, persepsi, dan konteks sosial dari penceramah dan audien dalam integrasi ceramah dan komunikasi. Subjek penelitian adalah para penceramah dan audien yang terlibat dalam kegiatan ceramah menggunakan media komunikasi digital seperti video, podcast, atau media sosial. Objek penelitian adalah proses komunikasi ceramah yang melibatkan penggunaan teknologi digital dan media sosial dalam menyampaikan ajaran Islam, dalam hal ini adalah komunikasi ceramah dari ustadz Abdul Somad dan ustadz Adi Hidayat.

Penelitian ini bersifat studi kasus (Anugrah, 2017). Fokusnya adalah untuk mendalami dan menjelaskan bagaimana integrasi antara ceramah dan komunikasi terjadi, serta bagaimana dampaknya terhadap efektivitas ceramah di era digital, dalam kasus ustadz Abdul Somad dan ustadz Adi Hidayat. Data dikumpulkan melalui telaah dokumentasi media digital, yakni observasi partisipatif dan analisis konten dari media ceramah seperti video, podcast, dan postingan media sosial instagram (Fadli, 2021). Data kualitatif tersebut dianalisis secara induktif dengan pendekatan tematik. Langkah-langkah analisis meliputi pengkodean data, identifikasi tema-tema utama dan konstruksi narasi yang memperkuat temuan-temuan penelitian. Verifikasi data dilakukan dengan cara triangulasi sumber dan metode, yaitu

membandingkan hasil dari analisis konten untuk memastikan keabsahan dan reliabilitas temuan-temuan yang dihasilkan (Wahyuwibowo, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gaya Komunikasi Ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS)

UAS secara rutin menyampaikan tafsir Al-Qur'an, memberikan penjelasan mendalam mengenai makna dan aplikasi praktis ayat-ayat Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, ceramah tentang hadits-hadits Nabi Muhammad SAW juga sering menjadi topik pembahasan, di mana UAS menjelaskan relevansi hadits-hadits tersebut dalam konteks kehidupan modern. Dalam video lainnya, UAS membahas konsep-konsep dasar aqidah dan tauhid, dengan fokus pada keesaan Allah dan prinsip-prinsip iman dalam Islam. Tak ketinggalan, UAS juga memberikan penjelasan tentang fiqh, menjelaskan hukum-hukum Islam terkait ibadah, muamalah, serta tata cara kehidupan sehari-hari ("Ngaji Tauhid Bersama Ustadz Abdul Somad", <https://www.youtube.com/watch?v=kuulVagI4IM>).

Pathos berfokus pada upaya untuk menggerakkan emosi audien. UAS sering menggunakan pendekatan yang menyentuh hati dan perasaan audien, dengan cara yang sangat efektif. UAS mengandalkan kisah-kisah inspiratif dan analogi yang relevan serta menyentuh untuk membuat pesan-pesannya lebih mudah dipahami dan diterima oleh audien. Selain itu, penggunaan bahasa yang emosional dan penuh makna juga turut membantu menggerakkan hati audien. Penggunaan bahasa yang penuh perasaan ini memungkinkan audien untuk merasakan emosi yang sama dengan yang dirasakan oleh UAS, sehingga mereka lebih terpengaruh dan terinspirasi oleh pesan yang disampaikan ("Detik-Detik Pecahnya Tangis UAS", https://www.youtube.com/shorts/gdga_LNv4qw).

Logos mengacu pada penggunaan logika dan alasan dalam menyampaikan pesan. UAS sering mendasarkan argumennya pada dalil-dalil dari Al-Qur'an dan Hadis, serta menggunakan logika yang masuk akal untuk mendukung pesan-pesannya. Dalil dan referensi yang kuat menjadi dasar utama dalam setiap ceramah UAS, memberikan landasan logis dan teologis yang meyakinkan. Penjelasan yang sistematis dan terstruktur juga memudahkan audien untuk memahami dan mengikuti argumen yang disampaikan ("Inilah Bedanya Hadits Qudsi dan Alqur'an", <https://www.youtube.com/watch?v=FuWeRpJcJNl>).

Dengan menerapkan ketiga komponen dari teori persuasi Aristoteles (*ethos*, *pathos*, *logos*) serta memanfaatkan teknologi digital, strategi komunikasi UAS dapat efektif dalam meningkatkan keberhasilan ceramah di era modern ini. Dalam salah satu ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) yang berjudul "Menjadi Muslim yang Baik di Era Digital", UAS memulai ceramahnya dengan memperkenalkan dirinya dan menjelaskan pengalaman serta pendidikan dalam bidang agama Islam, yang membantu membangun kredibilitas dan kepercayaan dari audien (<https://www.youtube.com/watch?v=6E-JcH2FBVw>).

Dalam dimensi *pathos*, UAS sangat mengandalkan pendekatan emosional untuk menyentuh hati audien. Ia sering menceritakan kisah inspiratif yang relevan, seperti kisah tentang seorang pemuda yang memanfaatkan media sosial untuk berceramah dan memberikan dampak positif kepada dirinya dan komunitasnya. Kisah-kisah ini memiliki kekuatan emosional yang besar dan membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah diterima oleh audien. Selain itu, UAS juga menggunakan bahasa yang penuh makna dan emosional untuk menggerakkan hati audien, seperti pernyataan "Kita semua adalah duta-duta Islam. Dengan satu klik, kita bisa menyebarkan kebaikan ke seluruh dunia." Kalimat-kalimat seperti ini tidak hanya bertujuan untuk menginspirasi tetapi juga untuk membangkitkan rasa tanggung jawab dan semangat dalam diri audien untuk berperan aktif dalam menyebarkan kebaikan, khususnya melalui media sosial.

Sementara itu, dimensi *logos* lebih mengutamakan penggunaan logika dan alasan yang kuat dalam mendukung pesan-pesannya. UAS selalu mendasarkan ceramahnya pada dalil yang sahih dari Al-Quran dan Hadis, yang memberikan landasan teologis dan logis yang kuat bagi setiap argumennya. Misalnya, ia mengutip ayat-ayat yang mengajarkan tentang pentingnya berbuat baik dan menolong sesama, serta hadis-hadis yang relevan dengan topik yang dibahas. Penjelasan yang sistematis juga

menjadi ciri khas dalam ceramah UAS, di mana ia menjelaskan langkah-langkah praktis dalam menggunakan media sosial secara positif, seperti berbagi konten yang bermanfaat dan menghindari berita hoaks. Dengan cara ini, UAS memastikan bahwa audien tidak hanya mendengar pesan, tetapi juga dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Dari sisi empati, UAS mampu memahami dan merasakan apa yang dirasakan oleh audien. Kemampuan ini membantu dalam menyampaikan pesan yang relevan dan bermakna. Dari sisi metode, penggunaan cerita yang menginspirasi dan analogi yang relevan dapat membantu menggerakkan emosi audien dan membuat pesan lebih mudah diingat.

Gaya Komunikasi Ceramah Ustadz Adi Hidayat (UAH)

Ustadz Adi Hidayat (UAH) dikenal sebagai salah satu penceramah kondang di Indonesia dengan gaya komunikasinya yang khas dan mampu menarik banyak pengikut. Gaya komunikasi ceramah Ustadz Adi Hidayat (UAH) memiliki ciri khas yang membedakannya dari penceramah lainnya. Pertama, UAH dikenal dengan gaya bicaranya yang teduh dan santun, yang membuat ceramahnya mudah diterima oleh berbagai kalangan, termasuk mereka yang baru mengenal Islam. Pendekatannya yang tenang dan penuh kelembutan menciptakan suasana yang nyaman dan penuh perhatian bagi audien. Selain itu, ceramah UAH juga logis dan sistematis, di mana ia menyusun argumen dengan cara yang jelas dan mudah dipahami. Ia sering menggunakan contoh-contoh ilmiah dan kontekstual untuk mengilustrasikan pesan-pesan dakwah, menjadikan ceramahnya terasa ilmiah dan berbobot.

UAH juga memiliki pendekatan yang menyeluruh dan mendalam dalam menyampaikan materi ceramah. Ia tidak hanya menyampaikan dalil agama, tetapi juga mengulas konteks dan makna dari setiap ajaran yang disampaikan, serta mengaitkannya dengan kehidupan sehari-hari. Hal ini menjadikan ceramahnya sangat aplikatif dan relevan dengan situasi yang dihadapi audien. Dalam ceramahnya, UAH juga sering menyelipkan kata-kata inspiratif dan motivasi yang membangkitkan semangat pendengar untuk menjadi pribadi yang lebih baik. Kisah-kisah inspiratif dari para nabi, sahabat, dan orang-orang shalih sering kali dijadikan contoh untuk memberi dorongan moral kepada audien ("Bikin Terharu!! Motivasi Kehidupan", <https://www.youtube.com/watch?v=LNRTmokXy5c>)

UAH juga dikenal dapat menyesuaikan gaya ceramahnya dengan audien yang berbeda-beda, baik itu anak-anak, remaja, maupun orang dewasa. Kemampuannya ini memungkinkan ia untuk menyampaikan materi ceramah dengan cara yang mudah dipahami oleh setiap kelompok usia. Dalam setiap ceramahnya, UAH tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan pengetahuan agama, tetapi juga menanamkan kecintaan pada Islam dalam hati pendengarnya. Ia mengajak audien untuk merenungkan keindahan ajaran Islam dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Terakhir, UAH selalu mengajak pendengarnya untuk beramal saleh dan melakukan perbuatan yang bermanfaat bagi orang lain, dengan menekankan bahwa ceramah tanpa amal adalah sia-sia. Dengan ciri khas-ciri khas ini, ceramah UAH berhasil mempengaruhi dan memberi inspirasi kepada banyak orang ("Rumus Amal Shaleh", <https://www.youtube.com/watch?v=vDyL2F1w5no>).

Sementara itu, dalam hal *pathos*, Ustadz Adi Hidayat berhasil mempengaruhi emosi audien dengan menggunakan kisah, anekdot, dan contoh-contoh kehidupan nyata yang menyentuh hati. Ceramahnya tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga penuh empati, yang dapat membangkitkan perasaan dan keterhubungan emosional dengan audien. Gaya penyampaian yang penuh empati, dengan intonasi suara, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh yang tepat, membantu menekankan poin-poin penting dan mempengaruhi audien secara emosional. Ustadz Adi Hidayat juga mengaitkan pesan-pesan ceramahnya dengan pengalaman pribadi audien, menjadikannya lebih relevan dan berdampak secara emosional, sehingga audien merasa terhubung dengan pesan yang disampaikan ("Sering Lupa? Begini Cara Tingkatkan KEDERDASAN OTAK Hingga 3x Lipat", <https://www.youtube.com/watch?v=nYU26t5fwJw>).

Selain itu, *ethos* atau kredibilitas, juga menjadi elemen penting dalam komunikasi ceramah Ustadz Adi Hidayat. Kredibilitasnya didukung oleh pengetahuan yang mendalam tentang Al-Qur'an, hadits, dan berbagai disiplin ilmu lainnya. Sebagai seorang yang berpendidikan tinggi dan memiliki

pemahaman yang luas, ia dikenal luas sebagai seorang ulama yang kompeten. Integritas moral Ustadz Adi Hidayat juga memperkuat kredibilitasnya, yang tercermin dalam perilaku dan ucapannya. Hal ini menambah kepercayaan audien terhadap pesan yang disampaikan. Konsistensinya dalam menyampaikan ajaran agama tanpa kompromi dan kejujurannya dalam menjawab pertanyaan audien semakin meningkatkan penghormatan dan kepercayaan yang diberikan kepada dirinya. Dengan ketiga elemen ini, Ustadz Adi Hidayat berhasil membangun kredibilitas yang tinggi, menjadikannya sebagai penceramah yang sangat dihormati dan dipercaya oleh banyak orang ("Rahasia Cara Membuka Kecerdasan Otak", <https://www.youtube.com/watch?v=PyGbr0UBZKw>)

Tabel 1. Perbandingan Gaya Komunikasi Ceramah UAS dan UAH

Elemen	Ustadz Abdul Somad (UAS)	Ustadz Adi Hidayat (UAH)
Logos (Logika)	Penggunaan Logika dan Bukti: UAS sering mengutip Al-Qur'an dan hadits untuk mendukung argumennya, menggunakan analogi dan perumpamaan yang mudah dipahami.	Penggunaan Logika dan Bukti: UAH memberikan penjelasan rinci dan komprehensif, didukung oleh sumber ilmiah, baik dari Al-Qur'an, hadits, maupun literatur ilmiah lainnya.
	Penyampaian Informasi: Menggunakan bahasa yang sederhana dan langsung, mudah dimengerti oleh berbagai kalangan.	Penyampaian Informasi: Gaya penyampaian yang lebih sistematis dan analitis, sering kali disertai dengan referensi dari berbagai disiplin ilmu.
Pathos (Emosi)	Penggunaan Emosi: UAS menggunakan semangat, humor, dan cerita lucu untuk menarik perhatian audien dan membuat suasana santai.	Penggunaan Emosi: UAH lebih serius dan penuh empati, menggunakan contoh kehidupan nyata yang menyentuh hati untuk menekankan poin-poin penting.
	Keterhubungan Emosional: Membahas isu sosial yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audien, menciptakan keterhubungan emosional yang kuat.	Keterhubungan Emosional: Mengajak audien untuk merenung dan introspeksi diri, menciptakan hubungan emosional yang mendalam dan menggerakkan audien untuk berubah.
Ethos (Kredibilitas)	Kredibilitas dan Integritas: Dikenal luas karena pengetahuan agamanya yang mendalam, sering diundang berbicara di berbagai forum nasional dan internasional.	Kredibilitas dan Integritas: Latar belakang pendidikan yang kuat, sering membuktikan argumen dengan data ilmiah, meningkatkan kredibilitas dalam ceramahnya.
	Hubungan dengan Audien: Gaya santai dan humoris membuatnya mudah didekati dan diterima oleh berbagai kalangan, meningkatkan hubungan dengan audien.	Hubungan dengan Audien: Memiliki hubungan erat dengan audien melalui penyampaian yang penuh perhatian dan empati, kredibilitasnya diperkuat oleh keseriusan dalam ceramah.

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa perbandingan gaya komunikasi ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH) yang melibatkan elemen logos, pathos, dan ethos, dapat

disimpulkan bahwa gaya komunikasi ceramah Ustadz Adi Hidayat (UAH) cenderung lebih efektif untuk audien yang mencari pemahaman yang lebih mendalam dan sistematis. Hal ini disebabkan oleh penjelasan yang lebih rinci dan analitis, serta kredibilitas yang didukung oleh latar belakang pendidikan yang kuat dan penggunaan data ilmiah.

Di sisi lain, Ustadz Abdul Somad (UAS) lebih efektif dalam menarik perhatian audien yang lebih luas dengan gaya yang santai, humoris, dan mudah dicerna. Gaya komunikasinya yang lebih langsung dan penuh semangat cocok untuk audien yang menginginkan ceramah yang ringan dan menghibur, serta mampu membangun keterhubungan emosional yang kuat melalui humor dan cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Jika tujuan komunikasi adalah untuk memberikan pengetahuan yang mendalam dan membahas isu-isu kompleks dengan bukti dan data yang mendukung, maka gaya komunikasi Ustadz Adi Hidayat lebih efektif. Pendekatannya yang sistematis dan berbasis pada logos dan ethos dapat meyakinkan audien yang mencari informasi yang lebih substansial dan berbobot. Sebaliknya, jika tujuan komunikasi adalah untuk membangkitkan semangat dan menarik perhatian audien secara luas dengan cara yang lebih ringan dan menghibur, maka gaya komunikasi Ustadz Abdul Somad lebih efektif. Gaya ini cocok untuk audien yang ingin merasakan kedekatan emosional dan mendapatkan pemahaman yang lebih sederhana namun tetap mendalam dalam konteks kehidupan sehari-hari.

Implikasi Teoritis dari Gaya Komunikasi Ceramah UAS dan UAH

Tabel 2. Efektivitas Komunikasi Ceramah UAS Vs UAH		
Aspek	Ustadz Abdul Somad (UAS)	Ustadz Adi Hidayat (UAH)
1. Kejelasan Pesan	- Kejelasan: Gaya penyampaian langsung, to the point, mudah dimengerti. Penggunaan bahasa sederhana dan analogi sehari-hari. - Efektivitas: Efektif untuk audien yang luas, termasuk mereka yang tidak memiliki latar belakang agama yang mendalam.	- Kejelasan: Pendekatan akademis dan terstruktur. Penjelasan mendalam dengan istilah ilmiah. - Efektivitas: Efektif bagi audien yang memiliki latar belakang pendidikan agama dan ilmu pengetahuan.
2. Relevansi	- Relevansi: Mengaitkan ceramah dengan isu sosial dan kehidupan sehari-hari. - Efektivitas: Efektif dalam menarik perhatian dan membuat pesan terasa dekat dengan kehidupan audien.	- Relevansi: Mengaitkan prinsip-prinsip agama dengan aplikasi praktis dalam kehidupan sehari-hari. - Efektivitas: Efektif dalam memberikan pemahaman mendalam tentang penerapan agama dalam kehidupan.
3. Keterlibatan Audien	- Keterlibatan: Gaya humoris dan interaktif meningkatkan keterlibatan audien. - Efektivitas: Efektif dalam mempertahankan keterlibatan dan perhatian audien selama ceramah.	- Keterlibatan: Gaya penyampaian serius dan empati menarik audien untuk introspeksi. - Efektivitas: Efektif dalam memfasilitasi pemahaman mendalam, meskipun kurang interaktif.
4. Umpan Balik	- Umpan Balik: Menerima pertanyaan langsung dan memberikan respon cepat. - Efektivitas: Efektif dalam menciptakan dialog dua arah dan memastikan pesan diterima dengan baik.	- Umpan Balik: Menerima umpan balik, namun memberikan jawaban lebih panjang dan terperinci. - Efektivitas: Efektif dalam memberikan penjelasan mendalam, meskipun kurang fleksibel dalam menyesuaikan pesan.

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa kejelasan pesan merupakan elemen penting dalam komunikasi ceramah, yang ditangani dengan cara berbeda oleh Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH). UAS dikenal dengan gaya penyampaian yang langsung dan to the point, menggunakan bahasa sederhana dan analogi sehari-hari yang mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Pendekatan ini sangat efektif untuk menjangkau audien yang lebih luas, termasuk mereka yang mungkin tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang mendalam. Di sisi lain, UAH lebih mengutamakan pendekatan akademis dan terstruktur, dengan penjelasan mendalam dan komprehensif. Meskipun memberikan wawasan yang lebih luas, gaya ini bisa menjadi tantangan bagi audien yang tidak terbiasa dengan istilah ilmiah atau konsep kompleks. Namun, pendekatan ini sangat efektif untuk audien yang memiliki minat dan latar belakang pendidikan yang kuat dalam agama dan ilmu pengetahuan.

Keterlibatan audien dalam ceramah menjadi faktor berikutnya yang membedakan gaya komunikasi keduanya. UAS sangat efektif dalam mempertahankan keterlibatan audien, berkat gaya humoris dan interaktif yang ia terapkan. Dengan pendekatan ini, UAS dapat membuat audien merasa terlibat dan terhibur, yang meningkatkan partisipasi dan perhatian mereka selama ceramah. Sebaliknya, UAH menggunakan gaya penyampaian yang serius dan penuh empati, yang cenderung menarik audien untuk merenung dan introspeksi. Meskipun demikian, gaya ini kurang interaktif dibandingkan dengan UAS, yang lebih mampu menciptakan suasana ceramah yang lebih dinamis dan partisipatif.

Berdasarkan Teori Keterlibatan Sosial (*Social Penetration Theory*) (Renadia et al., 2021), yang menekankan pada kedalaman komunikasi dan bagaimana hubungan interpersonal berkembang melalui percakapan yang semakin terbuka dan intim, gaya komunikasi ceramah Ustadz Adi Hidayat (UAH) lebih sesuai dengan prinsip teori ini. Adapun alasannya, adalah: 1) Dimensi Kedalaman (*Depth*). UAH cenderung menggunakan pendekatan yang lebih mendalam dan sistematis dalam ceramahnya, sering kali membahas topik-topik agama dan kehidupan secara lebih rinci dan mendalam. Ini menciptakan ruang untuk keterlibatan emosional yang lebih dalam dengan audien, seiring dengan bertambahnya kedalaman informasi yang disampaikan; 2) Transparansi dan Keintiman. UAH lebih fokus pada penyampaian yang penuh empati dan mendorong introspeksi diri. Ceramahnya yang serius dan penuh makna mendorong audien untuk membuka diri dan merenung tentang kehidupan, sejalan dengan prinsip kedalaman komunikasi yang ditekankan dalam teori keterlibatan sosial.

Meskipun Ustadz Abdul Somad (UAS) memiliki gaya yang sangat efektif dalam menjangkau audien yang luas dan lebih santai, serta dapat menciptakan keterlibatan emosional yang kuat dengan humor dan cerita, gaya komunikasinya cenderung lebih berfokus pada dimensi lebar (*Breadth*), yang lebih luas namun mungkin tidak selamanya mendalam dalam membangun hubungan interpersonal yang sangat intim atau terbuka seperti yang dijelaskan dalam teori ini. Dengan demikian, berdasarkan teori *Social Penetration*, gaya komunikasi UAH lebih efektif dalam konteks komunikasi yang mendalam dan membangun hubungan interpersonal yang kuat dan intim (Kadarsih, 2009).

SIMPULAN

Perbandingan gaya komunikasi ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) dan Ustadz Adi Hidayat (UAH) dapat dilihat melalui perspektif teori persuasif Aristoteles, yaitu *logos*, *pathos* dan *ethos*. Dalam hal *logos*, UAS menggunakan pendekatan yang lebih sederhana dan langsung, dengan bahasa yang mudah dipahami, sedangkan UAH cenderung lebih analitis dan komprehensif, memberikan penjelasan yang lebih mendalam dan terperinci. Dari segi *pathos*, UAS menggunakan humor dan cerita ringan untuk menarik emosi audien, menciptakan suasana santai dan menghibur. Sementara itu, UAH lebih fokus pada penggunaan contoh kehidupan nyata yang mendalam dan introspektif untuk menggugah emosi audien, mengajak mereka untuk merenung dan berpikir lebih dalam. Dalam aspek *ethos*, keduanya memiliki kredibilitas tinggi, namun UAS lebih dikenal karena gaya komunikasinya yang mudah didekati dan bersifat informal, sementara UAH dikenal dengan pendekatannya yang lebih akademis dan mendalam.

Meskipun ceramah yang disampaikan oleh UAS dan UAH sangat efektif, namun interaksi langsung dengan audien, baik melalui tanya jawab maupun diskusi, dapat lebih ditingkatkan. Pendekatan interaktif ini tidak hanya membangun *ethos* (kepercayaan), tetapi juga memberikan kesempatan bagi pendengar untuk lebih memahami dan merenungkan pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, disarankan agar pendakwah lebih sering melibatkan audiens dalam ceramah untuk menciptakan suasana yang lebih dinamis dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, D., & Fathurrohman, F. (2020). Kegiatan Marketing Public Relations dalam Mempertahankan Citra Perusahaan. *Jurnal Soshum Insentif*, 8–17. <https://doi.org/10.36787/jsi.v3i1.199>
- Alvino, A. T. (2021). Retorika dakwah KH Syukron Djazilan pada pengajian rutin masjid Rahmat Kembang Kuning Surabaya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1). <https://doi.org/10.21580/jid.v41.1.8255>
- Anugrah, G. . (2017). Strategi Komunikasi Bisnis Untuk Mencapai Tujuan Pemasaran (Studi Kasus Pada Concept Photography Serang). *Studi Kasus Concept Photography Serang*, 1.
- Dafhin Fadhlih, Rodliyah Khuza’l, & Hendi Suhendi, S.Sos.I. (2024). Metode Dakwah Ustadz Dudi Muttaqien dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah (Studi di Ikatan Alumni SMA PGRI I Angkatan 1992). *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 4(1). <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v4i1.11349>
- Dinullah, A., Jannah, N. A. C. R., & Aqillah, S. A. (2023). Implementasi Komunikasi Verbal Pengurus Lembaga Dakwah Kampus UIN Jakarta dalam Meningkatkan Ukhuwah Islamiyah. *NBER Working Papers*, 6(2), 89. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fasadena, N. S. (2022). Analisis Retorika Pidato Cinta Laura Kiehl pada Malam Peluncuran Aksi Moderasi Beragama Kementerian Agama Ri. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, 6(1). <https://doi.org/10.36835/ancoms.v6i1.394>
- Hanifah, A. K., & Hartriyanti, Y. (2023). Efektivitas Berbagai Jenis Metode Pelatihan Untuk Meningkatkan Kapasitas Kader Posyandu Dalam Upaya Pencegahan Stunting Pada Balita. *Journal of Nutrition College*, 12(2), 121–134. <https://doi.org/10.14710/jnc.v12i2.36823>
- Hardiyanti, I., & Putri, W. Y. (2022). Upaya Cyber Public Relations Dalam Meningkatkan Kegiatan Marketing PT Moladin Digital Indonesia. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 3(1), 50–60. <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1017>
- Hasanah, U., & Usman, U. (2020). KARAKTER RETORIKA DAKWAH USTAZ ABDUS SOMAD (STUDI KAJIAN PRAGMATIK). *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(2). <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v1i2.2895>
- Herna, H., Hiswanti, H., Hidayaturahmi, H., & Putri, A. A. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146–156. <https://doi.org/10.46937/17201926843>
- Hidayat, U. A., & Style, C. (2024). *Strategi dan Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Adi Hidayat di*. 4(2), 152–171.
- Irwan, I., Akbar, A., Kamarudin, K., Mansur, M., Manan, M., & Ferdin, F. (2021). Penyuluhan Makna Nilai-Nilai Pancasila sebagai Perwujudan Integrasi Bangsa. *Jurnal Abdidas*, 2(3), 512–520. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i3.313>
- Kadarsih, R. (2009). Teori Penetrasi Sosial Dan Hubungan Interpersonal. *Jurnal Dakwah*, X(1).
- Kodir, K. H. A., & Rizkianto, A. (2021). Gaya Komunikasi Dakwah Husein Ja’far Al-Hadar dalam Ceramahnya di Youtube| The Communication Style of Husein Ja’far Al-Hadar’s Da’wah in his Lecture *Al-I’lam: Jurnal Komunikasi Dan ...*, 4(2), 49–63. <https://pdfs.semanticscholar.org/1191/7a88e5ab7f5147bb04aa9623d73c677d9f9a.pdf>
- Ma’mun, A. R. (2023). Problematika Komunikasi Politik Pendanaan Pembangunan Ibu Kota Negara Nusantara. *POLITICOS: Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 3(1).

- <https://doi.org/10.22225/politicos.3.1.2023.1-16>
- Malik, R. K., Thibburruhany, T., Anshori, M., Hasibuan, Z. S., Ilaihi, W., & Ali, M. (2023). Da'wah Rhetoric by Ustadz Abdul Somad and Ustadz Adi Hidayat in Conveying Da'wah Messages. *Analisa: Journal of Social Science and Religion*, 8(2), 220–236. <https://doi.org/10.18784/analisa.v8i2.2071>
- Muhyiddin, L. (2013). Gaya Bahasa Khutbah Jum'at (Kajian Pola Retorika). *At-Ta'dib*, 8(2). <https://doi.org/10.21111/at-tadib.v8i2.507>
- Murodi. (2019). *Ceramah dan Filantropi Jalan Menuju Kesejahteraan Umat*. UIN Jakarta Press.
- Renadia, S. H., Hasny, F. A., & Irwansyah, I. (2021). Studi Meta-Analisis Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Perkembangan Hubungan dalam Pernikahan Berdasarkan Perjudohan Syariat Islam (Ta'aruf). *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i2.1828>
- Sari, P. W. (2023). SELF-DISCLOSURE INTERAKSI DALAM JARINGAN ONLINE PADA TEORI PENETRASI SOSIAL. *Jurnal Common*, 7(1). <https://doi.org/10.34010/common.v7i1.8144>
- Syahputra, A. A. (2022). Analisis Filsafat: Retorika Aristoteles dalam Meningkatkan Kemampuan Public Speaking dan Relevansinya Pembelajaran. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 7(1). <https://doi.org/10.24815/jimps.v7i1.16162>
- Wahyuwibowo, I. S. (2019). Analisis Komunikasi Pariwisata (Studi Kasus : Desa Ekowisata Nyambu , Tabanan-Bali). *Comnews*, 1994.