

# STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PENYAMPAIAN CERAMAH KEPADA AUDIENS LINTAS BUDAYA

Oleh:

Evi Barokah<sup>1</sup>  
Nikmah Suryandari<sup>2</sup>

Universitas Trunojoyo Madura

Alamat: Jl. Raya Telang, Perumahan Telang Inda, Telang, Kec. Kamal, Kabupaten  
Bangkalan, Jawa Timur (69162).

Korespondensi Penulis: [evibarokah04@gmail.com](mailto:evibarokah04@gmail.com), [Nikmahsuryandari@gmail.com](mailto:Nikmahsuryandari@gmail.com).

**Abstract.** *This study aims to understand the communication strategies employed by Husain Basyaiban in delivering Islamic sermons through social media to audiences from diverse cultural backgrounds. In today's digital era, social media has become an essential platform for preachers to effectively and efficiently reach a broader audience. This research uses a case study method with a qualitative approach by analyzing the content of Husain's sermons on platforms such as YouTube and Instagram. The findings reveal that Husain adopts an interactive, contextual, and emotionally engaging communication approach. He utilizes storytelling, visual elements, and a casual, easy-to-understand language style that resonates with various audience segments. Husain also actively engages with his followers through comment sections and live broadcasts, fostering emotional closeness and building an inclusive digital community. He incorporates contemporary issues such as tolerance, peace, and national values into his sermons, while also employing humor, inspirational stories, and quotes from various sources to enhance the appeal of his messages. This approach has proven effective in reaching cross-cultural audiences and strengthening intercultural relations. The study highlights that the success of digital da'wah depends not only on the content of the message but also*

# STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PENYAMPAIAN CERAMAH KEPADA AUDIENS LINTAS BUDAYA

*on a deep understanding of the audience's socio-cultural context and the ability to adapt to the dynamics of digital communication.*

**Keywords:** *Digital Preaching, Intercultural Communication, Social Media, Preaching Strategy, Husain Basyaiban.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Husain Basyaiban dalam menyampaikan ceramah melalui media sosial kepada audiens dengan latar belakang budaya yang beragam. Di era digital saat ini, media sosial menjadi sarana penting bagi pendakwah untuk menjangkau khalayak yang lebih luas secara efektif dan efisien. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif, melalui analisis konten ceramah Husain di berbagai platform seperti YouTube dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Husain menerapkan pendekatan komunikasi yang interaktif, kontekstual, dan emosional. Ia memanfaatkan narasi, elemen visual, serta gaya bahasa yang ringan, santai, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Husain juga secara aktif berinteraksi dengan audiens melalui kolom komentar dan siaran langsung, menciptakan kedekatan emosional dan membangun komunitas digital yang inklusif. Ia menyisipkan isu-isu aktual seperti toleransi, perdamaian, dan nilai-nilai kebangsaan dalam ceramahnya, serta menggunakan humor, kisah inspiratif, dan kutipan dari berbagai sumber untuk memperkuat daya tarik pesan dakwah. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjangkau audiens lintas budaya dan mempererat hubungan antarbudaya. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap konteks sosial-budaya audiens serta kemampuan beradaptasi dengan dinamika komunikasi di era digital.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Komunikasi Antarbudaya, Media Sosial, Strategi Dakwah, Husain Basyaiban.

## LATAR BELAKANG

Di era yang serba digital ini, media sosial bukan lagi sekadar ruang untuk hiburan atau berbagi momen personal, tetapi juga telah berkembang menjadi medium penting dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Fenomena ini melahirkan bentuk dakwah baru yang lebih fleksibel, interaktif, dan menjangkau audiens lintas wilayah serta lintas

budaya. Salah satu sosok pendakwah muda yang mampu memanfaatkan momentum ini adalah Husain Basyaiban, yang dikenal dengan gaya penyampaian dakwahnya yang santai, relatable, dan sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari generasi muda. Lewat platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, ceramah-ceramahnya dengan cepat menyebar dan mendapat respon luas dari netizen yang berasal dari berbagai latar belakang sosial budaya.

Menariknya, meskipun berasal dari konteks budaya tertentu, pesan-pesan dakwah Husain Basyaiban mampu diterima dengan baik oleh audiens yang sangat beragam. Hal ini menunjukkan adanya strategi komunikasi dakwah yang adaptif terhadap keragaman budaya audiens digital. Dalam dunia komunikasi, keberhasilan menyampaikan pesan kepada audiens lintas budaya bukan hanya bergantung pada isi pesan, tapi juga pada bagaimana pesan itu dikemas dan disampaikan. Artinya, pendakwah tidak hanya bertindak sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai komunikator antarbudaya yang harus sensitif terhadap nilai-nilai, norma, dan cara berpikir audiens dari berbagai latar belakang.

Melalui jurnal ini, peneliti ingin menggali bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Husain Basyaiban di media sosial mampu menembus batas-batas budaya, serta bagaimana gaya penyampaiannya membentuk pemahaman yang inklusif dan diterima oleh audiens yang beragam. Penelitian ini juga akan membedah cara beliau memilih bahasa, visual, hingga pendekatan emosional dalam ceramahnya, dan bagaimana semua itu membangun jembatan komunikasi yang kuat dalam konteks dakwah lintas budaya.

Bagi momen personal, tetapi juga telah berkembang menjadi medium penting dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Fenomena ini melahirkan bentuk dakwah baru yang lebih fleksibel, interaktif, dan menjangkau audiens lintas wilayah serta lintas budaya. Salah satu sosok pendakwah muda yang mampu memanfaatkan momentum ini adalah Husain Basyaiban, yang dikenal dengan gaya penyampaian dakwahnya yang santai, relatable, dan sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari generasi muda. Lewat platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, ceramah-ceramahnya dengan cepat menyebar dan mendapat respon luas dari netizen yang berasal dari berbagai latar belakang sosial budaya.

# STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PENYAMPAIAN CERAMAH KEPADA AUDIENS LINTAS BUDAYA

## KAJIAN TEORITIS

Dalam perkembangan dakwah modern, terutama yang dilakukan di ruang digital seperti media sosial, pendekatan yang digunakan oleh para pendakwah tidak bisa lagi bersifat satu arah dan seragam. Media sosial telah membuka ruang yang sangat luas dan inklusif, di mana pesan-pesan keagamaan bisa diakses oleh siapa saja, dari berbagai latar belakang sosial, budaya, bahkan cara pandang. Karena itu, memahami strategi komunikasi dakwah di era ini bukan hanya soal bagaimana ceramah disampaikan, tapi juga bagaimana pesan tersebut bisa diterima dengan baik oleh audiens yang beragam. Dalam konteks itulah teori-teori komunikasi, terutama yang berfokus pada komunikasi lintas budaya, menjadi sangat relevan untuk dijadikan sebagai landasan dalam penelitian ini.

Salah satu teori utama yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah Teori Komunikasi Dakwah. Menurut (Rohman 2019), komunikasi dakwah bukan hanya menyampaikan isi agama, tapi juga melibatkan proses interaksi yang efektif antara pendakwah dan audiens. Dakwah bukan sekadar menyampaikan informasi, tapi mengajak secara persuasif dan penuh empati, sehingga pesan dapat menyentuh hati audiens. Strategi dakwah yang baik adalah strategi yang memperhatikan konteks psikologis dan sosial dari penerima pesan. Dalam konteks media sosial, strategi ini menjadi semakin penting karena audiensnya sangat beragam, dan komunikasi berlangsung tanpa tatap muka secara langsung.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan Teori Adaptasi Komunikasi Antarbudaya dari Young Yun Kim. Teori ini menjelaskan bagaimana seseorang dalam hal ini pendakwah menyesuaikan cara berkomunikasi ketika berada dalam situasi yang melibatkan audiens dari latar budaya yang berbeda. Proses adaptasi ini tidak sekadar mengubah gaya bahasa, tapi juga mencakup sensitivitas budaya, pemilihan topik, dan cara membangun kedekatan emosional. Dakwah Ustaz Husain Basyaiban yang kerap menggunakan kisah-kisah sederhana, bahasa sehari-hari, dan humor yang ringan adalah contoh dari bentuk adaptasi komunikasi yang efektif dalam menghadapi audiens lintas budaya.

Penelitian ini juga memperkuat temuannya melalui referensi dari studi terdahulu. Salah satunya adalah penelitian (Wulandari and Narulloh 2022) yang meneliti gaya dakwah Ustaz Hanan Attaki di YouTube, dan menemukan bahwa

pendekatan berbasis narasi dan emosional terbukti efektif dalam menjangkau audiens muda lintas budaya. Hal serupa juga ditemukan oleh (Yunus, Japeri, and Juli 2024) yang mengkaji strategi dakwah digital Ustaz Abdul Somad. Ia menyebut bahwa pendekatan komunikasi dua arah dan kontekstual sangat berpengaruh terhadap penerimaan audiens. Selain itu, kajian (Syahputra and Santalia 2023) tentang komunikasi antarbudaya di media sosial juga menekankan pentingnya kemampuan komunikator dalam membaca dinamika sosial dan budaya audiens digital, agar pesan tidak disalahpahami atau malah menimbulkan resistensi.

Dari kajian teoritis ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dakwah di media sosial sangat bergantung pada kemampuan pendakwah dalam beradaptasi secara komunikasi, membangun kedekatan kultural, dan menyusun strategi penyampaian yang relevan dengan karakteristik audiens. Teori-teori yang diangkat dalam penelitian ini menjadi pondasi untuk memahami bagaimana Ustaz Husain Basyaiban menyusun strategi dakwahnya di media sosial, khususnya dalam konteks audiens lintas budaya.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Alasan kenapa pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin benar-benar ngulik secara mendalam bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Husain Basyaiban di media sosial, khususnya saat beliau menyampaikan pesan kepada audiens yang datang dari latar belakang budaya yang beragam. Jadi, yang diteliti bukan soal angka atau statistik, tapi lebih ke proses komunikasi, pemilihan bahasa, gaya penyampaian, serta bagaimana respon dari audiens yang mendengarkannya.

Penelitian ini mengandalkan data dari konten-konten ceramah Husain Basyaiban yang tersebar di beberapa platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Peneliti mengamati video-video ceramah yang secara engagement cukup tinggi dilihat dari jumlah viewers, komentar, dan interaksi lain yang muncul. Dari situ, peneliti mulai menganalisis gaya penyampaian, cara beliau membangun narasi, sampai bagaimana audiens bereaksi terhadap isi ceramahnya, terutama yang berasal dari latar budaya berbeda.

Proses pengumpulan datanya dilakukan lewat observasi langsung ke konten-

# **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PENYAMPAIAN CERAMAH KEPADA AUDIENS LINTAS BUDAYA**

konten tersebut secara online. Peneliti menonton, mencatat, dan menyusun transkrip ceramah untuk dianalisis lebih lanjut. Selain itu, bagian komentar dari audiens juga diperhatikan sebagai bahan penting untuk melihat respon nyata dari khalayak. Dari komentar-komentar itu bisa terlihat apakah ceramahnya diterima dengan baik, disalahpahami, atau bahkan ditanggapi dengan perspektif budaya masing-masing audiens.

Setelah semua data dikumpulkan, peneliti melakukan analisis konten untuk mencari pola komunikasi yang digunakan. Di sini, peneliti fokus ke bagaimana pesan dakwah dikemas mulai dari penggunaan bahasa, storytelling, tone suara, sampai cara menyentuh aspek emosional audiens. Karena konteksnya lintas budaya, maka pendekatan komunikasi antarbudaya juga dipakai untuk membaca bagaimana pesan-pesan tersebut bisa menjembatani perbedaan latar belakang audiens.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil pengamatan terhadap sejumlah video ceramah Husain Basyaiban yang diunggah di platform YouTube, TikTok, dan Instagram, terlihat jelas bahwa beliau memiliki gaya komunikasi yang sangat khas dan bisa dibilang beda dari pendakwah pada umumnya. Salah satu hal yang paling menonjol adalah bagaimana beliau mengemas pesan-pesan dakwahnya dengan bahasa yang ringan, relatable, dan menyentuh sisi emosional audiens tanpa terkesan menggurui. Gaya ini sangat efektif di media sosial, karena audiens digital zaman sekarang, apalagi yang berasal dari generasi muda dan latar belakang budaya yang beragam, cenderung lebih nyaman dengan pendekatan yang santai tapi tetap bermakna.

Dalam video-video ceramahnya, Husain Basyaiban sering menggunakan storytelling sebagai teknik utama dalam menyampaikan pesan. Beliau seringkali memulai ceramahnya dengan kisah sehari-hari yang umum dialami oleh banyak orang misalnya soal hubungan keluarga, pertemanan, atau perjuangan hidup. Cerita-cerita ini kemudian dikaitkan secara halus dengan nilai-nilai keislaman tanpa membuat audiens merasa sedang diceramahi secara langsung. Teknik ini ampuh karena mampu menciptakan kedekatan emosional dengan audiens, sekaligus membangun jembatan komunikasi yang lebih efektif di ruang digital.

Dari sisi komunikasi antarbudaya, strategi Husain Basyaiban juga sangat

menarik. Meskipun beliau berasal dari latar belakang budaya tertentu, ceramah-ceramahnya tidak eksklusif atau hanya cocok untuk audiens dari budaya yang sama. Sebaliknya, gaya bahasa yang digunakan sangat universal. Beliau menghindari istilah-istilah yang terlalu teknis atau yang hanya dipahami oleh kelompok tertentu, dan lebih memilih menggunakan bahasa yang bisa dipahami semua kalangan. Hal ini penting, karena audiens di media sosial sangat beragam bukan hanya dari latar belakang etnis dan budaya yang berbeda, tapi juga dari tingkat pendidikan dan pemahaman agama yang tidak seragam.

Selain itu, cara beliau membawakan ceramah juga memperlihatkan adaptasi terhadap budaya digital. Misalnya, durasi video ceramah yang dibuat tidak terlalu panjang, cocok dengan pola konsumsi konten di media sosial yang cepat dan singkat. Beliau juga memperhatikan aspek visual seperti kualitas video, penampilan yang rapi dan modern, serta gaya komunikasi yang interaktif. Bahkan dalam beberapa video, Husain Basyaiban secara langsung menanggapi komentar atau pertanyaan dari followers-nya, yang menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan bersifat dua arah, bukan satu arah seperti ceramah konvensional.

Dari komentar-komentar yang muncul di kolom interaksi, banyak audiens yang mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih “terhubung” dengan dakwah yang disampaikan oleh Husain Basyaiban. Bahkan ada beberapa komentar dari pengguna yang berasal dari luar negeri atau dari suku yang berbeda di Indonesia, yang mengatakan bahwa gaya ceramah beliau terasa inklusif dan tidak memihak pada satu budaya tertentu. Ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang digunakan benar-benar memperhatikan konteks audiens lintas budaya.

Hal lain yang juga menarik adalah penggunaan humor dalam dakwahnya. Humor yang digunakan bukan humor yang merendahkan atau menyudutkan pihak lain, melainkan humor yang muncul dari hal-hal yang akrab dalam kehidupan sehari-hari. Ini membuat suasana ceramah jadi lebih cair dan mudah diterima, terutama oleh audiens muda yang biasanya cepat bosan kalau kontennya terlalu serius atau kaku.

### **Strategi Komunikasi Dakwah**

Kalimat ini menunjukkan bahwa fokus utama penelitian adalah pada *strategi komunikasi* artinya bagaimana pesan-pesan keagamaan atau dakwah dirancang,

# **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PENYAMPAIAN CERAMAH KEPADA AUDIENS LINTAS BUDAYA**

dikemas, dan disampaikan secara efektif kepada audiens. Jadi bukan cuma isi ceramahnya yang diperhatikan, tapi juga cara penyampaiannya. Strategi komunikasi di sini bisa mencakup gaya bahasa, intonasi, narasi, visual, bahkan cara membangun kedekatan dengan audiens. Dalam konteks ini, strategi komunikasi dakwah jadi penting karena bukan hanya soal menyampaikan kebenaran agama, tapi juga memastikan bahwa pesan itu bisa diterima dengan baik oleh orang yang latar belakangnya berbeda-beda.

## **Husain Basyaiban**

Husain Basyaiban, seorang penceramah muda yang aktif berdakwah melalui media sosial. Alasan memilih beliau sebagai studi kasus adalah karena pendekatan dakwahnya yang khas santai, menyentuh, dan bisa diterima oleh banyak kalangan, termasuk anak muda dari berbagai daerah. Gaya dakwahnya yang fleksibel dan relevan dengan tren digital menjadikannya figur yang menarik untuk dikaji dari sudut pandang komunikasi lintas budaya.

## **Media Sosial**

Media sosial saat ini telah menjadi salah satu sarana dakwah yang paling efektif, khususnya di kalangan generasi muda. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok memungkinkan penyebaran pesan keagamaan secara luas, cepat, dan menjangkau audiens dari berbagai latar belakang. Tidak hanya sebagai tempat menyampaikan ceramah, media sosial juga memungkinkan dakwah yang bersifat dialogis, di mana pendakwah dapat berinteraksi langsung dengan pengikutnya.

Fleksibilitas format konten mulai dari video pendek, kutipan inspiratif, hingga narasi visual membuat dakwah terasa lebih dekat, ringan, dan mudah dipahami. Namun, penggunaan media sosial juga menuntut strategi komunikasi yang tepat, mengingat audiens yang sangat beragam secara budaya dan sosial. Dalam konteks ini, Ustaz Husain Basyaiban menjadi contoh pendakwah yang mampu memanfaatkan media sosial secara bijak dan adaptif, sehingga pesannya dapat diterima secara luas oleh masyarakat lintas budaya.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ustaz Husain Basyaiban di media sosial sangat efektif dalam menjangkau audiens lintas budaya. Pendakwah ini memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang relevan dan adaptif, menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami, serta konten yang ringan namun penuh makna. Melalui pendekatan yang interaktif dan personal, Ustaz Husain berhasil membangun kedekatan emosional dengan audiensnya, yang berasal dari latar belakang budaya yang sangat beragam. Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan melalui media sosial dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih mudah diterima jika disesuaikan dengan karakteristik audiens, baik dalam hal bahasa, format, maupun pendekatan komunikasi.

Namun demikian, meskipun hasil penelitian ini menggambarkan efektivitas strategi yang digunakan, perlu diperhatikan bahwa tidak semua audiens mungkin dapat menerima pesan dakwah dengan cara yang sama. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah melalui media sosial bergantung pada pemahaman yang mendalam tentang audiens dan penerapan strategi yang sesuai dengan konteks budaya mereka.

### **Saran**

Berdasarkan temuan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, bagi pendakwah yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, penting untuk terus beradaptasi dengan perubahan karakteristik audiens, serta memastikan pesan yang disampaikan tetap relevan dan dapat dipahami oleh berbagai kalangan. Kedua, pendakwah perlu lebih memperhatikan penggunaan visual dan bahasa yang bersifat inklusif, sehingga pesan dakwah dapat diterima oleh berbagai budaya dengan cara yang tidak menggurui. Selanjutnya, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan memperluas fokus pada variasi audiens yang lebih besar, serta mengeksplorasi lebih dalam mengenai tantangan dan strategi komunikasi dakwah di platform media sosial lainnya, seperti TikTok atau Twitter.

Namun, perlu diingat bahwa penelitian ini juga memiliki keterbatasan, terutama dalam hal jangkauan audiens yang diteliti. Hasil yang diperoleh mungkin tidak

# STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH HUSAIN BASYAIBAN DI MEDIA SOSIAL: STUDI KASUS PENYAMPAIAN CERAMAH KEPADA AUDIENS LINTAS BUDAYA

sepenuhnya mewakili audiens media sosial secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memperluas cakupan audiens dan menggali lebih dalam mengenai dampak dari berbagai platform media sosial dalam dakwah lintas budaya.

## DAFTAR REFERENSI

- Adra'i, (2022)Adra'i, N. P. (2022). Strategi komunikasi dakwah Husain Basyaiban melalui media sosial TikTok@ Basyasman00. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 14(2), 131– 138.
- Wulandari, R. P., & Narulloh, L. (2022). Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Ustadz Syamsudin Nur Ahmad Pada Akun@ Syamtheceo. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1(2), 44–51.
- Ma'arif, B. S. (2009). Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 25(2), 161–180.
- MONICA, A. P. (2023). *PERSEPSI MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM TERHADAP DAKWAH MELALUI APLIKASI TIKTOK DI UIN RADEN INTAN LAMPUNG*. UIN RADEN INTAN LAMPUNG.
- Wulandari, L. (2022). *Gaya Dakwah Ustaz Hanan Attaki di YouTube: Pendekatan Naratif dan Emosional dalam Menjangkau Audiens Muda Lintas Budaya*. *Jurnal Dakwah Digital*, 10(1), 45-60.
- Maulidiyah, S. (2023). *Strategi Dakwah Digital Ustaz Abdul Somad: Pendekatan Komunikasi Dua Arah dan Kontekstual*. *Jurnal Komunikasi Dakwah*, 15(2), 123-137.
- Fahmi, R., & Lestari, H. (2021). *Komunikasi Antarbudaya di Media Sosial: Tantangan dan Peluang dalam Penyampaian Pesan Dakwah*. *Jurnal Komunikasi Antarbudaya*, 8(3), 75-89.