Konvergensi Komunikasi dalam Dakwah Gus Baha di Ruang Digital: Kajian Teori Akomodasi Komunikasi

Shafira Putri Ziyan Abidin[1*], Saepullah Saepullah[2], Masruhin[3]
Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah Jakarta [1], Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) Jakarta[2], Universitas Persada Indonesia YAI[3]
Email: shafira_putriziyan23@mhs.uinjkt.ac.id, saepullah@iiq.ac.id, masruhin@upi-yai.ac.id

Abstract : *This study aims to analyze communication convergence in Gus Baha's preaching in digital spaces through the perspective of Communication Accommodation Theory (CAT). Convergence is defined as the preacher's adjustment of communication practices to the audience, rather than media convergence; digital media is positioned as the context for the dissemination of Islamic preaching. The study focuses on four forms of communication accommodation, namely language variety, speaking style, examples and analogies, and interaction with the audience. This study employs a qualitative approach using a descriptive-analytical method based on a literature review and content analysis. Primary data consist of Gus Baha's lectures circulated on YouTube and Instagram and documented in scientific publications published between 2021 and 2024, while secondary data consist of literature on CAT and digital preaching. The analysis is conducted through data recording, determination of units of analysis, coding of accommodation categories, and source triangulation. The findings indicate patterns of communication convergence in the form of shifts in language variety according to the audience, a relaxed and humorous speaking style, analogies closely related to everyday life, and dialogical interactions with listeners. The conclusion of this study is limited to the patterns of communication accommodation identified in the analyzed data; audience reception is not measured, and therefore, the effectiveness of the preaching cannot yet be determined.*

Keywords : *Communication Convergence, Gus Baha, Communication Accommodation Theory, Digital Preaching, Religious Communication*

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menganalisis konvergensi komunikasi dalam dakwah Gus Baha di ruang digital melalui perspektif Teori Akomodasi Komunikasi (Communication Accommodation Theory/CAT). Konvergensi dimaknai sebagai penyesuaian cara berkomunikasi dai terhadap audiens, bukan konvergensi media; media digital diposisikan sebagai konteks penyebaran dakwah. Fokus kajian meliputi empat bentuk penyesuaian komunikasi, yaitu ragam bahasa, gaya bicara, contoh dan analogi, serta interaksi dengan audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitik berbasis studi pustaka dan analisis isi. Data primer berupa ceramah Gus Baha yang beredar di YouTube dan Instagram serta terdokumentasi dalam publikasi ilmiah terbitan 2021–2024, sedangkan data sekunder berupa literatur tentang CAT dan dakwah digital. Analisis dilakukan melalui pencatatan data, penentuan unit analisis, pengodean kategori akomodasi, dan triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan pola konvergensi komunikasi berupa pergeseran ragam baha-

sa sesuai audiens, gaya bicara yang santai dan humoris, analogi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, serta interaksi yang bersifat dialogis dengan pendengar. Kesimpulan penelitian ini dibatasi pada pola penyesuaian komunikasi yang teridentifikasi dalam data yang dikaji; penerimaan audiens tidak diukur sehingga efektivitas dakwah belum dapat disimpulkan.

Kata Kunci : Konvergensi Komunikasi, Gus Baha, Teori Akomodasi Komunikasi, Dakwah Digital, Komunikasi Keagamaan

PENDAHULUAN

Dakwah dalam konteks globalisasi telah berkembang dengan kecepatan yang mengejutkan di era teknologi sehingga memfasilitasi publik dalam menerima dakwah secara berkala [1]. Hal ini memberikan perspektif baru dalam dunia dakwah. Kemudahan mendayagunakan dan mengakses dakwah menjadi alasan eksistensi dakwah melalui media digital [2]. KH. Ahmad Bahauddin Nursalim, yang dikenal sebagai Gus Baha, menjadi salah satu figur penting dalam mengadaptasi ajaran Islam untuk menjangkau masyarakat kontemporer. Dakwah Gus Baha disukai oleh masyarakat Indonesia, bahkan beliau kini menjadi dai populer hingga ke luar negeri [3].

Mengutip NU Online, Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LD PBNU) merilis D20, yaitu 20 dai NU yang paling terkenal di media sosial. Rais Syuriyah PBNU, Gus Baha, muncul sebagai pendakwah terpopuler di media sosial dalam survei yang dilakukan LD PBNU bekerja sama dengan Kementerian Agama [4]. Selanjutnya, menurut survei Alvara Research Center tentang popularitas ustaz di Indonesia pada 2020, Gus Baha menduduki posisi kedua dengan persentase 15,7% [5]. Gus Baha juga dinilai sukses sebagai representasi pemuka agama tradisional di ruang digital dengan jumlah penonton mencapai ribuan [6].

Gus Baha adalah dai dengan banyak pengikut di media sosial. Ia menyampaikan pesan dakwah melalui berbagai platform, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan X, tempat banyak akun menggunakan nama Gus Baha. Uniknya, Gus Baha mengakui bahwa ia tidak memiliki akun media sosial dan enggan membuat akun resmi. Oleh karena itu, pengelolaan konten dakwahnya di media sosial dilakukan oleh pihak lain, seperti santri atau penggemar yang menampilkan berbagai konten dakwahnya [7]. Selain itu, pesan dakwah Gus Baha dinilai relevan dengan kondisi masyarakat Indonesia saat ini, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan dan transformasi yang terjadi [8].

Howard Giles, melalui Teori Akomodasi Komunikasi, menguraikan bagaimana individu menyesuaikan cara berbicara agar dapat berkomunikasi lebih efektif dengan lawan bicara dari beragam latar belakang budaya [9]. Teori ini telah digunakan dalam berbagai konteks. Soemantri (2019) menjelaskan proses adaptasi budaya mahasiswa asal Indonesia di Australia: mereka melakukan akomodasi berdasarkan pengalaman sehingga dapat menyesuaikan diri dengan lawan bicara dan secara selektif melakukan konvergensi dalam berkomunikasi [10].

Subakti dkk. (2022) menggunakan Teori Akomodasi Komunikasi untuk melihat komunikasi interaktif antara perawat dan pasien, dan menemukan bahwa setiap individu cenderung melakukan akomodasi untuk mencapai tujuan tertentu [11]. Maitimu dkk. (2024) menyimpulkan bahwa tantangan komunikasi akomodasi dapat dihadapi melalui penyesuaian dan pemahaman antarindividu, yang menjadi kunci untuk memperkuat integrasi sosial dan mempromosikan keragaman budaya yang positif dalam masyarakat multikultural seperti Indonesia [12].

Safriandi dkk. (2022) meneliti akomodasi komunikasi etnis Tionghoa di Kota Banda Aceh saat bertransaksi dagang dengan masyarakat Aceh, dan menunjukkan bahwa etnis

Tionghoa melakukan akomodasi komunikasi dalam berdagang [13]. Sihite dkk. (2022) menjelaskan adaptasi komunikasi mahasiswa perantau dengan teori akomodasi komunikasi dan menemukan bahwa akomodasi yang terjadi berupa konvergensi, yaitu penyesuaian cara berkomunikasi dengan lawan bicara, baik secara verbal maupun nonverbal [14].

Di sisi lain, dakwah Gus Baha telah dikaji dari beberapa sudut pandang, antara lain tindak tutur ekspresif [15], analisis wacana humor [16], sosiostilistika [17], retorika [18], pengelolaan kesan [19], negosiasi muka [20], dan etnografi media [7]. Berdasarkan sumber yang ditelaah dalam penelitian ini, CAT pada studi-studi tersebut diterapkan pada komunikasi antarbudaya, layanan kesehatan, dan transaksi dagang, sedangkan kajian tentang dakwah Gus Baha belum membaca penyesuaian bahasa, gaya bicara, analogi, dan interaksinya secara terpadu melalui kerangka CAT.

Celah tersebut penting karena dakwah Gus Baha di ruang digital memiliki karakter yang khas: kontennya disebarkan oleh pihak ketiga, bukan oleh akun milik Gus Baha sendiri. Audiens ceramahnya dengan demikian terdiri atas jamaah yang hadir langsung dan penonton daring yang mengakses rekaman. Persoalan akademik yang belum terjawab adalah bagaimana penyesuaian komunikasi Gus Baha terhadap audiens yang beragam ini dapat dijelaskan melalui CAT.

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana bentuk konvergensi komunikasi dalam dakwah Gus Baha yang meliputi ragam bahasa, gaya bicara, contoh dan analogi, serta interaksi dengan audiens. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis bentuk-bentuk tersebut berdasarkan CAT. Sumbangan penelitian ini terletak pada penerapan CAT untuk membaca komunikasi dakwah di ruang digital yang dikelola oleh pihak ketiga.

Kerangka Teori: Teori Akomodasi Komunikasi

Teori Akomodasi Komunikasi atau Communication Accommodation Theory (CAT) diperkenalkan oleh Howard Giles. Teori ini berpijak pada premis bahwa ketika berinteraksi, pembicara menyesuaikan pembicaraan, pola vokal, dan/atau tindak-tanduk mereka untuk mengakomodasi orang lain [9,11].

Penelitian ini menggunakan tiga konsep CAT untuk membaca data. Pertama, konvergensi, yaitu strategi penyesuaian cara berkomunikasi, baik verbal maupun nonverbal, agar semakin dekat dengan lawan bicara untuk menumbuhkan kedekatan dan meningkatkan pemahaman [21,14]. Konsep ini menjadi fokus utama analisis. Kedua, divergensi, yaitu strategi menonjolkan perbedaan gaya komunikasi dari lawan bicara [22]. Ketiga, pemeliharaan (maintenance), yaitu mempertahankan gaya komunikasi sendiri tanpa menyesuaikan diri dengan lawan bicara [22]. Divergensi dan pemeliharaan digunakan sebagai pembanding: bila data menunjukkan gaya yang dipertahankan, misalnya rujukan keilmuan pesantren, unsur tersebut dibaca sebagai pemeliharaan, bukan konvergensi.

Penelitian ini membedakan dua pengertian konvergensi. Konvergensi dalam CAT adalah penyesuaian perilaku komunikasi, yaitu bahasa, gaya bicara, contoh, dan interaksi; inilah yang menjadi data analisis. Konvergensi media merujuk pada keterpaduan platform, teknologi, dan distribusi konten dakwah [23], dalam penelitian ini konsep tersebut hanya diposisikan sebagai konteks. YouTube, Instagram, dan TikTok adalah ruang beredarnya dakwah, bukan data akomodasi komunikasi.

Konvergensi komunikasi dioperasionalkan ke dalam empat kategori. (1) Ragam bahasa, dengan indikator pilihan bahasa (Jawa atau Indonesia), tingkat keformalan, dan penggunaan istilah pesantren. Keformalan dinilai dari pemakaian leksikon baku, kelengkapan struktur kalimat, dan ketiadaan unsur kedaerahan atau ragam lisan. (2) Gaya bicara, yang dipisahkan menjadi dua indikator, yaitu ciri vokal (intonasi, tempo, jeda) dan gaya retoris (humor, cerita, sindiran). (3) Contoh dan analogi, dengan indikator ranah pengalaman yang dirujuk dan konsep keagamaan yang dijelaskan. (4) Interaksi dengan audiens, dengan

indikator pertanyaan, tanggapan, dan ajakan berdialog. Keempat kategori ini dirumuskan peneliti berdasarkan konsep konvergensi verbal dan nonverbal dalam CAT, bukan kategori baku dari teori tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan mengungkapkan makna berbagai fenomena yang dikaji. Penelitian ini sering disebut penelitian interpretatif karena berfokus pada makna dalam suatu masyarakat. Fenomena dalam masyarakat tidak hanya dilihat secara fisik, tetapi juga dicari makna di balik fenomena yang diteliti [24].

Penelitian kualitatif ini menggunakan metode deskriptif analitik untuk menggambarkan dan meringkas kondisi, situasi, atau fenomena realitas sosial pada dakwah Gus Baha. Penelitian deskriptif memusatkan diri pada satu unit tertentu dari berbagai fenomena dan digunakan untuk menciptakan hipotesis atau pemahaman tentang berbagai variabel [25]. Penelitian ini berbentuk studi pustaka dengan analisis isi: pengamatan atas konten ceramah dilakukan melalui ceramah yang terdokumentasi dan dikutip dalam publikasi ilmiah, sehingga setiap klaim tentang konten didukung oleh sumber yang dapat ditelusuri dan oleh prosedur analisis yang diuraikan di bawah.

Sumber data primer adalah ceramah Gus Baha yang beredar di ruang digital, berupa rekaman video, kutipan ujaran, dan deskripsi ceramah yang terdokumentasi dalam publikasi ilmiah. Ceramah yang judulnya disebut secara eksplisit dalam sumber adalah "Toleransi terhadap Non-Muslim Gus Dur", "Haul KH Wahab Hasbullah ke-49", "Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha", dan "Kenyamanan Akal dan Iman". Ceramah lainnya dirujuk pada tingkat kanal atau akun, yaitu kanal YouTube NU Online, kanal YouTube Santri Gayeng [26], kanal YouTube Najwa Shihab [8], dan akun Instagram @ngajigusbaha [3], Sumber data sekunder adalah artikel jurnal, buku, dan berita tentang CAT, dakwah digital, dan metodologi penelitian.

Data dipilih secara purposif berdasarkan tiga kriteria: (1) ceramah atau kutipan merupakan ujaran Gus Baha yang beredar di platform digital; (2) memuat sekurang-kurangnya satu indikator penyesuaian komunikasi; dan (3) terdokumentasi dalam publikasi yang dapat ditelusuri. Rentang waktu data ditentukan oleh tahun terbit sumber, yaitu 2021–2024, dan mencakup 21 publikasi ilmiah tentang dakwah Gus Baha. Keempat ceramah berjudul di atas dijadikan data utama karena judulnya dapat ditelusuri dan mewakili situasi audiens yang berbeda, yaitu masyarakat umum, pejabat dan kalangan intelektual, serta khalayak kanal NU Online. Karena berbasis publikasi, penelitian ini tidak menganalisis komentar audiens dan tidak mengukur penerimaan audiens.

Analisis data dilakukan dalam lima tahap. Pertama, pencatatan dan transkripsi: setiap kutipan ceramah dicatat sebagaimana tercantum pada sumber, bersama judul ceramah, kanal atau akun pengunggah, sumber publikasi, dan penanda waktu bila tersedia. Kedua, penentuan unit analisis: satu unit adalah satu kutipan ujaran atau satu deskripsi ceramah yang memuat satu bentuk penyesuaian komunikasi. Ketiga, pengodean: setiap unit dikodekan ke dalam empat kategori dan indikator pada kerangka teori, kemudian dikelompokkan sebagai konvergensi, divergensi, atau pemeliharaan. Keempat, interpretasi: unit yang telah dikodekan dibaca dalam konteks audiens dan situasi ceramah menurut sumber. Kelima, pemeriksaan ketepatan interpretasi. Pemeriksaan dilakukan melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan temuan yang sama pada lebih dari satu publikasi dan, bila memungkinkan, dengan kutipan ceramah itu sendiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa dakwah Gus Baha tersebar luas melalui media digital meskipun beliau tidak memiliki akun media sosial pribadi. Konten dakwahnya beredar, antara lain, melalui kanal YouTube NU Online dan Santri Gayeng [26,18], akun Instagram @ngajigusbaha [3], serta TikTok, yang diunggah oleh pihak lain seperti santri, penggemar, dan akun komunitas [7]. Karena pengunggahnya adalah pihak ketiga, audiens ceramah terdiri atas jamaah yang hadir langsung dan penonton daring; hal ini menjadi karakter utama objek kajian. Penyebaran tersebut merupakan konteks distribusi media, sedangkan penyesuaian komunikasi diuraikan pada temuan berikut.

Ragam bahasa Gus Baha disesuaikan dengan situasi dan karakter audiens. Pada ceramah "Toleransi terhadap Non-Muslim Gus Dur" yang ditujukan kepada masyarakat umum, beliau menggunakan bahasa Jawa, sedangkan pada "Haul KH Wahab Hasbullah ke-49" yang dihadiri pejabat dan kalangan intelektual, beliau dominan memakai bahasa Indonesia dengan pilihan leksikal tertentu (Islam & Cahyani, 2022). Pada ceramah lain, beliau memadukan ragam lisan sehari-hari dengan istilah keilmuan dan ungkapan yang dekat dengan lingkungan pesantren [27,18].

Gaya bicara dikelompokkan ke dalam dua indikator yang dipisahkan. Pada ciri vokal, Gus Baha menggunakan intonasi yang stabil, tidak terlalu pelan maupun terlalu keras, dengan tempo yang tidak terburu-buru dan jeda di antara kata-kata tertentu [26]. Pada gaya retoris, beliau menyisipkan humor, cerita pendek, dan sesekali sindiran atau sarkasme [15,16,19]. Pola ini dilaporkan berulang pada ceramah-ceramah yang dikaji dalam sumber tersebut.

Pada indikator interaksi dengan audiens, Gus Baha membuka ruang percakapan melalui pertanyaan atau tanggapan singkat sehingga tercipta suasana dialogis meskipun formatnya monolog [20,16]. Contoh dan analogi yang digunakan bersumber dari kehidupan sehari-hari. Gus Baha menjelaskan konsep keagamaan yang abstrak dengan perumpamaan sederhana, misalnya analogi iman sebagai tanaman yang perlu disiram dan dirawat [28], dan menyederhanakan penjelasan fiqih menjadi ilustrasi yang praktis [29], Analogi iman tersebut berasal dari literatur sekunder.

Dalam kerangka CAT, penggunaan bahasa Jawa dan rujukan keilmuan pesantren dibaca sebagai konvergensi terhadap audiens pesantren sekaligus pemeliharaan identitas tradisional, sedangkan penggunaan bahasa Indonesia, humor, dan analogi sehari-hari dibaca sebagai konvergensi terhadap audiens yang lebih luas. Pemanfaatan platform digital merupakan konteks distribusi, bukan data akomodasi. Data menunjukkan bahwa unsur bahasa, gaya bicara, contoh dan analogi, serta interaksi dengan audiens muncul sebagai komponen utama pada sumber yang dikaji.

Bentuk-Bentuk Konvergensi Komunikasi Dakwah Gus Baha melalui Penyesuaian Bahasa, Gaya Bicara, Analogi, dan Interaksi dengan Audiens

Konvergensi dalam Teori Akomodasi Komunikasi adalah pendekatan strategis di mana individu menyesuaikan gaya komunikasi mereka untuk menyelaraskan diri lebih dekat dengan lawan bicara. Strategi ini bertujuan menumbuhkan hubungan yang lebih dekat, meningkatkan pemahaman, dan mencapai tujuan komunikasi tertentu [21]. Dalam konteks dakwah, konvergensi pada pengertian ini berarti penyesuaian dai terhadap perilaku komunikasi mad'u. Konvergensi tersebut perlu dibedakan dari konvergensi media, yaitu keterpaduan platform, teknologi, dan distribusi konten dalam penyebaran dakwah [23]. Penggunaan YouTube, Instagram, dan TikTok termasuk konteks konvergensi media, sedangkan penyesuaian bahasa dan gaya bicara merupakan data konvergensi komunikasi yang dianalisis dalam penelitian ini.

Konvergensi dakwah dalam penelitian ini merujuk pada proses penyesuaian yang dilakukan seorang dai terhadap perilaku komunikasi mad'u (audiens) untuk mencapai

pemahaman yang lebih baik. Di era digital, penyesuaian tersebut berlangsung bersamaan dengan pemanfaatan teknologi komunikasi yang kreatif dan integrasinya dengan praktik dakwah tradisional [30].

Konvergensi komunikasi dalam dakwah Gus Baha tampak pada perpaduan humor, argumentasi ilmiah, dan ilmu Islam tradisional yang dilaporkan beresonansi dengan khalayak yang beragam [31]. Narasi keagamaan Gus Baha yang toleran dan akomodatif berpotensi menghubungkan seluruh aspek kehidupan seseorang dan memberinya makna sakral [32]. Empat unsur analisis dalam penelitian ini, yaitu bahasa, gaya bicara, contoh dan analogi, serta interaksi dengan audiens, dirumuskan berdasarkan konsep konvergensi dalam CAT [9,21] dan digunakan sebagai kategori pengodean.

Penggunaan Ragam Bahasa Dakwah Gus Baha sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Audiens yang Beragam

Gus Baha menggunakan bahasa yang bervariasi untuk audiens yang berbeda. Dalam ceramah berjudul "Toleransi terhadap Non-Muslim Gus Dur", Gus Baha cenderung menggunakan bahasa Jawa yang mencerminkan nuansa pesantren dan budaya Jawa karena acara tersebut ditujukan kepada masyarakat umum. Pada khotbah bertajuk "Haul KH Wahab Hasbullah ke-49", Gus Baha secara dominan menggunakan bahasa Indonesia dengan pilihan leksikal tertentu, mengingat audiensnya sebagian besar terdiri atas pejabat pemerintah dan kalangan intelektual [17]. Dalam kerangka CAT, pergeseran pilihan bahasa yang mengikuti komposisi audiens ini merupakan konvergensi.

Pada ceramah berjudul "Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha" di YouTube NU Online, menit 00.06, Gus Baha menyampaikan: "Di sini ada kitab ini, diterjemahkan beberapa kali, sebagian oleh KH. Mustofa Bisri, sebagian oleh Kyai Shodiq Semarang. Saya punya edisi asli, edisi Arabnya karena saya dari awal ingin ngaji sama santri-santri Tebuireng, karena buyut-buyut saya itu termasuk gurunya Mbah Sholeh Darat" [18]. Keformalan ragam bahasa dinilai melalui tiga indikator: pemakaian leksikon baku, kelengkapan struktur kalimat, dan ketiadaan unsur kedaerahan atau ragam lisan. Berdasarkan indikator tersebut, kutipan ini memuat leksikon baku (kitab, diterjemahkan, edisi), tetapi juga unsur lisan (ngaji, sama, pengulangan karena, dan partikel itu) serta rangkaian klausa yang khas tuturan lisan. Kutipan ini karenanya lebih tepat dibaca sebagai ragam lisan semiformal, bukan bahasa formal yang sepenuhnya sesuai kaidah ejaan baku. Bentuk penyesuaian terhadap audiens tampak pada perpaduan istilah keilmuan (kitab, edisi Arab) dengan tuturan lisan yang akrab dan rujukan nama tokoh pesantren yang dikenal pendengar.

Dakwah Gus Baha menarik generasi muda untuk menjadi penonton video dakwah yang disiarkan dan disebarkan di media sosial, salah satunya oleh akun YouTube Santri Gayeng. Topik kajian dalam konten Santri Gayeng bersifat kontemporer dan aktual, mengikuti perkembangan zaman dan fenomena yang terjadi di tengah masyarakat. Latar belakang pesantren tradisional yang kuat menjadikan Gus Baha menguasai literatur keislaman klasik, yang ditunjang pula dengan referensi modern dan kontemporer, sehingga dakwahnya cenderung argumentatif dan referensial. Bahasa dakwah yang digunakan cenderung tradisional, yang terlihat dari penggunaan bahasa Jawa sebagai bahasa pengantar dalam berbagai ceramahnya [27]. Dalam kerangka CAT, penggunaan bahasa Jawa kepada audiens yang berbahasa Jawa merupakan konvergensi bahasa, sedangkan rujukan literatur klasik dapat dibaca sebagai pemeliharaan unsur tradisi.

Gus Baha sendiri mengaku lebih nyaman menggunakan bahasa percakapan sehari-hari. Beliau menjelaskan bahwa penggunaan bahasa Jawa dalam dakwahnya merupakan bentuk ketawaduan karena merasa hanya sebagai kyai lokal di daerah dan komunitasnya, bukan kyai nasional atau global yang mengharuskan berbahasa Indonesia. Gus Baha juga menyatakan bahwa pilihannya memiliki sanad yang jelas karena mengambil dalil dari contoh

dakwah para nabi terdahulu, yakni idz qala li qawmin (menyampaikan dakwah dengan bahasa kaum setempat) [28]. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa pilihan bahasa tersebut disadari sebagai penyesuaian terhadap bahasa kaum setempat.

Gaya Bicara Gus Baha melalui Ciri Vokal dan Gaya Retoris

Gaya bicara dibahas melalui dua indikator yang dipisahkan, yaitu ciri vokal dan gaya retoris, agar setiap bentuk penyesuaian dapat dibaca secara lebih tajam. Indikator interaksi dengan audiens dibahas pada subbagian tersendiri. Pada ciri vokal, intonasi suara Gus Baha cukup stabil, tidak terlalu pelan dan tidak terlalu keras, serta tidak disampaikan secara menggebu-gebu. Beliau menggunakan jeda untuk menyelingi kata-kata tertentu [26]. Data ini berasal dari kajian ceramah di kanal Santri Gayeng dan tidak disertai penanda waktu video. Dalam kerangka CAT, tempo dan intonasi yang tenang dapat dibaca sebagai penyesuaian nonverbal yang memudahkan pendengar mengikuti uraian, tetapi pembacaan ini bersifat interpretatif.

Pada gaya retoris, Gus Baha menyelingi ceramah dengan cerita humor dan ekspresi yang hidup [15,16]. Pembawaannya santai, sederhana, dan spontan. A'yuniyah dan Utomo (2022) mengkaji ujaran semacam ini sebagai tindak tutur ekspresif, yaitu tuturan yang mengungkapkan sikap atau perasaan penutur, termasuk ungkapan yang dalam sumber tersebut disebut umpatan [15]. Penelitian ini membaca ungkapan itu sebatas sebagai ciri gaya retoris yang tidak formal dan tidak menilainya secara moral.

Pada tema yang lazim dibahas secara berat, seperti halal dan haram, kematian, serta surga dan neraka, Gus Baha menggunakan strategi yang santai dan gembira, tetapi tetap diterima dengan baik oleh pikiran dan hati pendengar [3]. Humor tersebut terkadang disertai sarkasme, misalnya sindiran "kamu harus selesai mengaji agar tidak terlalu bodoh" [19]. Dalam kerangka CAT, kombinasi humor dan sindiran yang akrab ini dapat dibaca sebagai upaya mengurangi jarak antara penceramah dan pendengar, dengan catatan bahwa kutipan ini diambil dari sumber tanpa penanda waktu.

Pemaknaan Dakwah Gus Baha melalui Contoh Konkret dan Analogi yang Dekat dengan Kehidupan Audiens

Qudsy dan Muzakky (2021) melaporkan bahwa tema yang paling banyak dibahas dalam ngaji online Gus Baha adalah keberagaman Islam dan sikap multikultural sehingga ajarannya tidak kaku [33]. Dalam menjelaskan konsep agama, Gus Baha menggunakan analogi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, misalnya mengibaratkan iman seperti tanaman yang perlu disiram dan dirawat agar tumbuh subur [28]. Analogi ini bersumber dari literatur sekunder sehingga konteks ceramah aslinya belum dapat dijelaskan. Meskipun demikian, analogi tersebut dapat dibaca sebagai konvergensi dalam CAT karena konsep abstrak (menjaga iman) dipetakan pada pengalaman merawat tanaman yang dekat dengan keseharian audiens; penutur memilih kerangka pengalaman pendengar, bukan sekadar menerapkan teknik menjelaskan materi. Musthofa (2022) juga melaporkan bahwa Gus Baha menggunakan contoh dari kehidupan sehari-hari agar ajarannya lebih relevan dan mudah dipahami [34].

Menurut Laily dan Rahman (2022), melalui topik-topik yang sederhana Gus Baha seolah-olah telah membaca kebutuhan publik di luar pesantren. Beliau tidak ingin memaksakan cara pandangnya kepada jamaah, yang tampak ketika beliau menyederhanakan deskripsi fikih yang rumit melalui perumpamaan sederhana. Keengganan memaksakan pandangan tersebut sering diartikulasikan dalam ungkapan yang jujur, "Ini penting saya utarakan"[29].

Muvid (2023) menyatakan bahwa humor substantif Gus Baha membangun pola pikir bahwa Islam mudah dipahami dan dilaksanakan, bahwa berislam tidak hanya urusan ruhaniah

tetapi juga bekerja dan berbuat baik kepada sesama, bahkan tertawa pun ada dalilnya. Dakwah Gus Baha lebih menekankan agar masyarakat menaati perintah Allah dengan kesadaran diri, bukan karena ancaman dan siksaan. Oleh sebab itu, dakwahnya dinilai komunikatif dan diterima dengan antusias oleh generasi muda maupun dewasa [35].

Bentuk Interaksi Gus Baha dengan Audiens sebagai Bagian dari Penyesuaian Komunikasi dalam Dakwah Digital

Khoirunnisa dan Atabik (2024) menggambarkan Gus Baha sebagai dai yang piawai menyisipkan humor tanpa mengurangi esensi topik utama dan mampu mentransformasi hal-hal rumit menjadi sesuatu yang sederhana dan dapat diimplementasikan [36]. Gus Baha menggunakan gaya retorika monologika: hanya satu orang yang berbicara dan yang lain mendengarkan, tetapi beliau juga membuka ruang interaksi melalui pertanyaan atau diskusi ringan sehingga tercipta suasana dialogis. Bahasa yang digunakan adalah bahasa sehari-hari yang informal sehingga pendengar merasa nyaman dan tidak tegang [20,16]. Retorika monologika ini ditemukan pada ceramah "Fiqih Gus Dur Dikagumi Gus Baha" dan "Kenyamanan Akal dan Iman" [18]. Penanda waktu pertanyaan atau tanggapan tersebut tidak dicantumkan karena tidak dilaporkan oleh sumber.

Menurut Dharta dkk. (2024), Gus Baha berusaha membangkitkan emosi positif, seperti kebahagiaan, yang membantu audiens memahami pesan dakwahnya. Pendekatan ini mengedepankan persuasi melalui emosi dan logika sehingga tercipta kedekatan antara pembicara dan pendengar [19]. A'yun (2023) melaporkan adanya komentar positif pada akun @ngajigusbaha yang menunjukkan bahwa sebagian audiens merasa terhubung dan terinspirasi oleh ceramah Gus Baha [3]. Penelitian ini tidak menganalisis komentar audiens secara sistematis, yaitu tanpa penentuan platform, periode, jumlah, dan teknik pemilihan komentar. Komentar tersebut karenanya hanya diposisikan sebagai indikasi respons yang dilaporkan sumber, bukan bukti kedekatan emosional atau pengaruh yang kuat. Dalam kerangka CAT, data yang dapat dibaca langsung adalah bentuk penyesuaian komunikasi penutur, sedangkan penerimaan audiens memerlukan penelitian resepsi tersendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang dikaji, dakwah Gus Baha memperlihatkan pola konvergensi komunikasi di ruang digital melalui penyesuaian bahasa, gaya bicara, penggunaan contoh dan analogi, serta interaksi dengan audiens. Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah Gus Baha tidak berlangsung dalam satu pola komunikasi yang kaku, melainkan menyesuaikan diri dengan karakter pendengar dan konteks sosialnya. Bahasa yang dipakai berubah dari bahasa Jawa, bahasa Indonesia, hingga ragam lisan yang lebih cair, tergantung pada audiens yang dituju. Selain itu, gaya bicara Gus Baha yang santai, humoris, dan tidak menggurui, yang dibaca melalui ciri vokal dan gaya retoris, memperlihatkan bentuk penyesuaian komunikasi yang menurut sumber yang dikaji membuat pesan keagamaan lebih mudah dipahami.

Penggunaan contoh dan analogi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari juga menjadi unsur penting yang menyederhanakan pesan keagamaan yang kompleks. Interaksi dengan audiens melalui pertanyaan dan tanggapan singkat membentuk suasana dialogis dalam format monolog. Dengan demikian, temuan tersebut menjawab rumusan masalah bahwa konvergensi komunikasi dalam dakwah Gus Baha terjadi melalui penyesuaian pada aspek verbal dan nonverbal. Media digital berperan sebagai konteks distribusi konten oleh pihak ketiga, bukan sebagai bentuk konvergensi komunikasi itu sendiri. Penelitian ini tidak mengukur penerimaan audiens; karena itu, kesimpulan dibatasi pada pola penyesuaian komunikasi yang teridentifikasi dan tidak menyimpulkan efektivitas dakwah ataupun kedekatan emosional dengan pendengar.

Secara keilmuan, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi dakwah, terutama dalam menghubungkan teori akomodasi komunikasi dengan praktik dakwah Islam kontemporer. Penelitian ini memperlihatkan bahwa teori akomodasi komunikasi tidak hanya relevan untuk interaksi antarpersonal dalam konteks umum, tetapi juga dapat digunakan untuk membaca praktik komunikasi keagamaan di era digital. Selain itu, penelitian ini memperkaya kajian tentang dakwah digital dengan menghadirkan Gus Baha sebagai objek kajian yang khas, karena dakwahnya tersebar luas meskipun beliau tidak memiliki akun media sosial pribadi. Hal ini menunjukkan adanya dinamika baru dalam penyebaran pesan agama melalui ekosistem digital yang dikelola oleh pihak lain.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ningrum, M. E. S., & Astutik, A. P. (2023). Implementation of dakwah in the era of disruption. Indonesian Journal of Education Methods Development, 18(2), 6–14. https://doi.org/10.21070/ijemd.v22i.730
2. Rumata, F. 'Arif, Iqbal, M., & Asman. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama di kalangan pemuda. Jurnal Ilmu Dakwah, 41(2). https://doi.org/10.21580/jid.v41.2.9421
3. A'yun, L. Q. (2023). Mediatisasi ajaran Islam di media sosial akun @ngajigusbaha tentang mudahnya ajaran Islam. Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam, 3(3), 167–177.
4. Faizin, M. (2022). Gus Baha jadi dai terpopuler di media sosial. NU Online. https://www.nu.or.id/nasional/gus-baha-jadi-dai-terpopuler-di-media-sosial-YSjG6
5. Fahrunisa, I. (2023). YouTube sebagai media dakwah kreatif: Analisis wacana kritis ngaji online Gus Baha'. Afada, 1(1).
6. Rohmatulloh, D. M., As'ad, M., & Malayati, R. M. (2022). Gus Baha, Santri Gayeng, and the rise of traditionalist preachers on social media. Journal of Indonesian Islam, 16(2), 303–325. https://doi.org/10.15642/JIIS.2022.16.2.303-325
7. Turhamun, Basit, A., & Riswan, Y. (2023). Gus Baha's online preaching culture in Islam and media ethnography perspectives. Ibda`, 21(2), 329–348. https://doi.org/10.24090/ibda.v21i2.9162
8. Rikardo, A. R., Kusnadi, & Muslimin. (2024). Analisis pesan dakwah Gus Baha pada channel YouTube Najwa Shihab. Jurnal Pendidikan Islam, 1(4), 1–12. https://doi.org/10.47134/pjpi.v1i4.801
9. Giles, H., & Ogay, T. (2007). Communication accommodation theory. In B. B. Whaley & W. Samter (Eds.), Explaining communication: Contemporary theories and exemplars (pp. 293–310). Lawrence Erlbaum.
10. Soemantri, N. P. (2019). Adaptasi budaya mahasiswa asal Indonesia di Australia. Wacana, 18(1). https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.727
11. Subakti, M. W., Ohorella, N. R., Prihantoro, E., & Haryanti, D. A. (2022). Pola komunikasi perawat dan pasien rawat inap di Rumah Sakit Haji Jakarta. Sadharananikarana, 4(1). https://doi.org/10.53977/sadharananikarana.v4i1.619
12. Maitimu, F. C., Lubis, A. C. Y., & Agraprana, G. (2024). Penerapan komunikasi akomodasi dalam membina hubungan interpersonal dari berbagai budaya pada mahasiswa. Triwikrama, 3(5). https://doi.org/10.6578/triwikrama.v3i5.2696
13. Safriandi, Balia, M., Rahayu, E. S., Fadhillah, A., Oktiviyari, A., & Nurrahmi, F. (2022). Akomodasi komunikasi etnis Tionghoa di Kota Banda Aceh. Jurnal Komunikasi Global, 11(2). https://doi.org/10.24815/jkg.v11i2.29040

14. Sihite, J. E. A., Kusumastuti, R. D., & Mbp, R. L. (2022). Adaptasi komunikasi antarbudaya mahasiswa perantau Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta asal Medan. Brand Communication, 1(2).
15. A'yuniyah, F., & Utomo, A. P. Y. (2022). Tindak tutur ekspresif dalam dakwah Gus Baha. Caraka, 8(2), 196–213. https://doi.org/10.30738/caraka.v8i2.10450
16. Hariyanto, B. (2022). Analisis wacana humor dalam ceramah Gus Baha'. Dialektika, 9(1). https://doi.org/10.15408/dialektika.v8i1.25117
17. Islam, A. F., & Cahyani, D. A. (2022). Socio-stylistics of Gus Baha's sermons. Journal of English Education, Linguistics and Literature, 9(1), 30–47. https://doi.org/10.32682/jeell.v9i1.2514
18. Syaf, M. L., & Ibrahim, M. (2023). Retorika dakwah K.H Ahmad Bahauddin Nursalim dalam channel YouTube NU Online. Al-Hikmah, 14(1), 22–36. https://doi.org/10.32505/hikmah.v14i1.6133
19. Dharta, F. Y., Pranawukir, I., Sudi, M., Adiarsi, G. R., & Setianti, Y. (2024). Pengelolaan kesan kyai Gus Baha sebagai makna panggung depan dan panggung belakang dalam penyiaran dakwah Islam. Busyro, 5(1), 15–26.
20. Muhammad, D. S., & Abadi, T. W. (2024). Da'wa Gus Baha in the perspective of face negotiation theory. Kanal, 12(2). https://doi.org/10.21070/kanal.v12i2.1759
21. Elhami, A. (2020). Communication accommodation theory: A brief review of the literature. Journal of Advances in Education and Philosophy, 4(5), 192–200. https://doi.org/10.36348/jaep.2020.v04i05.002
22. Giles, H., Coupland, N., & Coupland, J. (1991). Contexts of accommodation: Developments in applied sociolinguistics. Cambridge University Press.
23. Muhammad, F., & Irwan. (2023). Diseminasi komunikasi politik Islam dan dakwah era konvergensi media digital. Jurnal Dakwah Tabligh, 24(1). https://doi.org/10.24252/jdt.v24i1.41657
24. Pradoko, A. M. S. (2017). Paradigma metode penelitian kualitatif: Keilmuan seni, humaniora, dan budaya. UNY Press.
25. Bungin, B. (2017). Penelitian kualitatif. Kencana.
26. Qori Qordofa, M., & As'ad, M. (2022). Metode dakwah KH. Ahmad Baha'uddin Nursalim (Gus Baha) melalui channel Santri Gayeng di media YouTube. *Syiar, 2*(1), 1–10. https://doi.org/10.54150/syiar.v2i1.52
27. Muzzammil, F. (2021). Moderasi dakwah di era disrupsi (Studi tentang dakwah moderat di YouTube). Tatar Pasundan, 15(2), 109–129. https://doi.org/10.38075/tp.v15i2.175
28. Budi, B. F., Yosepin, P., & Rais, N. (2024). Analogi pesan dakwah dalam membangun pemahaman agama terhadap mad'u. At-Tawasul, 3(2), 1–20. https://doi.org/10.51192/ja.v3i2.1157
29. Laily, U., & Rahman, A. (2022). Nalar ayat-ayat politik kebangsaan: Studi kritis atas kontekstualisasi penafsiran Gus Baha'. Jurnal Studi Qur'an dan Tafsir, 1(2).
30. Marlina, & Ulya, Y. A. (2024). Communication strategies in Islamic da'wah opportunities and challenges in the era of artificial intelligence. Feedback International Journal of Communication, 1(2). https://doi.org/10.62569/fijc.v1i2.35
31. Effendi, D. I., Lukman, D., & Rustandi, R. (2022). Dakwah digital berbasis moderasi beragama. Yayasan Lidzikri. http://digilib.uinsgd.ac.id/

32. Wahyudi, W. E., & Alanshori, Z. (2023). Islamic education in cyberspace: An analysis of intellectual humility in Gus Baha' lectures on the YouTube platform. Al-Hayat, 7(1). https://doi.org/10.35723/ajie.v7i1.283
33. Qudsy, S. Z., & Muzakky, A. H. (2021). Dinamika ngaji online dalam tagar Gus Baha: Studi living Qur'an di media sosial. Poros Onim, 2(1). https://doi.org/10.53491/porosonim.v2i1.48
34. Musthofa, Q. (2022). Profil KH. Bahaudin Nur Salim (Gus Baha) dan pengaruhnya pada generasi milenial. Musala, 1(1). https://doi.org/10.37252/jpkin.v1i1.144
35. Muvid, M. B. (2023). Model komunikasi dakwah berbasis humanity di era digital: Upaya transformasi nilai-nilai Islam rahmatan lil alamin. Jurnal Mediakita, 7(1). https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952
36. Khoirunnisa, A., & Atabik, A. (2024). Ngaji bandongan: Tafsīr Jalālyn Gus Baha study as a paradigm of online acculturation of turats and social media. Jurnal At-Tibyan, 9(1), 72–86.