

Analisis Akomodasi Komunikasi Dakwah Lora Ahmad Sa'dud Daroin Pada Channel Youtube Abuya Labib

Siti Aisyah¹, Hafidlatul Fauzuna²

sitaisyahhalik@gmail.com¹, fauzunafieda@iainmadura.ac.id²

¹Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Madura

²Komunikasi Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Madura

ABSTRACT

This study examines the communication accommodation strategies employed by Lora Ahmad Sa'dud Daroin in his preaching through the Abuya Labib YouTube channel. It adopts a qualitative approach with content analysis based on Howard Giles' Communication Accommodation Theory. The findings reveal that Lora Ahmad Sa'dud Daroin applies three main strategies: convergence, divergence, and overaccommodation. Convergence appears through the use of parebhasan (Madura proverbs), regional accents, and translated Arabic quotations. Divergence is reflected in the mention of classical texts and scholars less familiar to the public, while overaccommodation is seen in expressions of doubt toward the congregation's abilities, a sense of communicative superiority, and gender-based stereotypes. The study highlights that communication accommodation strategies are essential in bridging social, cultural, and linguistic differences between preachers and audiences. It further serves as a reference for digital preachers to adapt their communication styles according to audience characteristics, thereby enhancing message effectiveness and enriching the study of da'wah communication through contemporary communication theory.

Keywords: Accommodation Communication; Lora Ahmad Sa'dud Daroin; Preaching;

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi akomodasi komunikasi yang digunakan Lora Ahmad Sa'dud Daroin dalam dakwahnya melalui channel YouTube Abuya Labib. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis isi berdasarkan Teori Akomodasi Komunikasi Howard Giles. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lora Ahmad Sa'dud Daroin menerapkan tiga strategi akomodasi komunikasi, yaitu konvergensi, divergensi, dan overakomodasi. Strategi konvergensi tampak pada penggunaan parebhasan Madura Sumenep, logat daerah, dan kutipan bahasa Arab yang diterjemahkan. Strategi divergensi terlihat dari penyebutan nama kitab dan ulama yang kurang dikenal masyarakat, sedangkan strategi overakomodasi tampak pada keraguan terhadap kemampuan jamaah, kesan superioritas da'i, serta stereotipe terhadap perempuan. Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi akomodasi komunikasi dalam dakwah berperan penting dalam menjembatani perbedaan sosial, budaya, dan bahasa antara

Article History

Submitted: 15 November 2025

Revised: 28 November 2025

Published: 15 December 2025

Koresponden

Siti Aisyah

sitaisyahhalik@gmail.com

da'i dan jamaah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pendakwah di ranah digital agar mampu menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik audiens guna meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah serta memperkaya kajian komunikasi dakwah berbasis teori komunikasi kontemporer.

Kata Kunci: Akomodasi Komunikasi; Dakwah; Lora Ahmad Sa'dud Daroin;

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara dakwah disampaikan, dari metode konvensional menjadi lebih variatif melalui berbagai platform daring. YouTube menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan karena kemampuannya menjangkau audiens secara luas dan menyajikan pesan dakwah dalam bentuk visual yang menarik. Fenomena ini mendorong banyak da'i untuk memanfaatkan YouTube sebagai sarana penyebaran dakwah digital di era milenial. Berdasarkan laporan *DataReportal* (2025), jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 143 juta orang, atau sekitar 81% dari total pengguna media sosial. Angka ini menunjukkan potensi besar YouTube sebagai media dakwah digital yang mampu menjangkau audiens lintas usia, wilayah, dan latar sosial budaya. Selain itu, hasil survei *Omah Kreator Journal* (2024) menunjukkan bahwa 72% pengguna berusia 18–30 tahun mengakses konten dakwah digital lebih dari tiga kali dalam seminggu, dan 85% di antaranya lebih menyukai konten yang bersifat singkat, visual, dan komunikatif. (Amin, 2025).

Namun, meskipun kajian tentang dakwah digital semakin berkembang, penelitian yang secara spesifik menelaah strategi akomodasi komunikasi da'i dalam menyampaikan pesan dakwah di media tersebut masih terbatas. Cela inilah yang menjadi fokus penelitian ini, dengan menyoroti bagaimana Lora Ahmad Sa'dud Daroin menerapkan strategi akomodasi komunikasi dalam dakwahnya di channel YouTube *Abuya Labib*. (Laila Qodriyah, 2021).

Fenomena pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah ini juga menyebar dan turut dilakukan oleh da'i-da'i di berbagai daerah, termasuk di daerah Madura. Namun, meski sudah tidak lagi menjadi hal aneh bagi seorang da'i memiliki channel YouTube pribadi, tidak semua da'i Madura memiliki. Terdapat pula da'i yang membebaskan orang menyebarkan dakwahnya di channel YouTube siapapun karena memang beliau tidak memiliki YouTube pribadi. Sebagaimana yang dilakukan oleh da'i Madura KH. Musleh Adnan yang tidak memiliki channel YouTube pribadi, namun tetap membebaskan siapapun untuk mempublikasikan dakwahnya ke media manapun, termasuk YouTube. Hal ini turut dilakukan oleh putra beliau, yakni Lora Ahmad Sa'dud Daroin. Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian dengan salah satu sepupu Ra Aak, yaitu Nadzif Hamdanillah, diperoleh informasi bahwa Ra Aak tidak memiliki kanal YouTube pribadi. Meskipun demikian, kegiatan dakwah Ra Aak tersebar luas

melalui berbagai kanal YouTube bernuansa Madura, salah satunya adalah kanal Abuya Labib. Kanal YouTube yang memiliki sekitar 110 ribu pelanggan ini dikelola oleh Qasim Abdillah, seorang konten kreator asal Kabupaten Sumenep. Kanal tersebut merupakan media resmi tim YouTuber KH. Musleh Adnan yang berpusat di wilayah Sumenep.

Fenomena pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah ini juga menyebar dan turut dilakukan oleh da'i-da'i di berbagai daerah, termasuk di daerah Madura. Jika pada masa sebelumnya dakwah lebih banyak dilakukan melalui media tradisional seperti mimbar masjid, pengajian langsung, radio, atau televisi lokal, kini media digital seperti YouTube menawarkan ruang yang lebih luas, interaktif, dan tidak dibatasi oleh waktu maupun lokasi. Perbedaan utama terletak pada pola komunikasi: media tradisional bersifat satu arah dan bergantung pada kehadiran fisik jamaah, sedangkan YouTube memungkinkan interaksi dua arah melalui kolom komentar dan jangkauan audiens lintas wilayah. Pergeseran ini menunjukkan adanya transformasi bentuk dakwah dari pola konvensional menuju dakwah digital yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi.

Fenomena ini turut terlihat di Madura, di mana sebagian da'i mulai memanfaatkan platform digital untuk menyebarluaskan pesan keagamaan. Namun, meski sudah tidak lagi menjadi hal yang asing bagi seorang da'i memiliki channel YouTube pribadi, tidak semua da'i Madura melakukannya. Beberapa di antaranya justru membebaskan siapapun untuk menyebarluaskan dakwahnya melalui berbagai channel YouTube. Salah satunya adalah KH. Musleh Adnan yang tidak memiliki channel pribadi, tetapi mengizinkan dakwahnya dipublikasikan secara terbuka. Hal serupa dilakukan oleh putranya, Lora Ahmad Sa'dud Daroin. Berdasarkan wawancara pratenitian dengan salah satu kerabatnya, Nadzif Hamdanillah, Ra Aak juga tidak memiliki channel YouTube pribadi, namun dakwahnya tersebar melalui beberapa kanal Madura, seperti channel *Abuya Labib* yang dikelola oleh Qasim Abdillah, seorang YouTuber asal Kabupaten Sumenep dengan lebih dari 110 ribu pelanggan, sekaligus bagian dari tim resmi penyebar dakwah KH. Musleh Adnan di wilayah tersebut.

Teori akomodasi merupakan teori adaptasi, yakni bagaimana seseorang akan menyesuaikan caranya berkomunikasi untuk bisa dipahami oleh lawan bicaranya (Suheri, 2019). Teori akomodasi komunikasi dalam kaitannya dengan proses dakwah adalah mengkaji tentang bagaimana metode dakwah yang digunakan oleh da'i dengan menggunakan strategi konvergensi dan divergensi. Pengaplikasian teori Akomodasi Komunikasi ini dilakukan pada proses dakwah Ra Aak dengan jama'ah yang hadir di majelis dan berperan sebagai mad'u pada saat itu. Artinya dalam hal ini peneliti akan mengkaji akomodasi komunikasi dakwah antara da'i dan mad'u yang hadir secara langsung pada saat dakwah berlangsung, dan bukan proses akomodasi komunikasi antara da'i dengan viewer YouTube yang berperan sebagai mad'u pada saat video dakwah dipublikasikan.

Penelitian ini mengambil dua video dakwah dari edisi yang berbeda, yakni edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep, serta edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep. Kedua video yang peneliti ambil merupakan video dari Kabupaten Sumenep namun pada lokasi yang berbeda. Berdasarkan letak geografis, lokasi kedua desa terpaut cukup jauh. Desa Kaongan berada tak jauh dari pusat kota Sumenep, sedangkan Desa Ambunten Tengah berada di daerah pesisir, pinggiran kota Sumenep. Dari letak geografis yang disebutkan tentu akan ada perbedaan kebudayaan dan kebiasaan dari masing-masing daerah, baik dari segi logat bahasa, intonasi, maupun lain sebagainya. Sebagai salah satu contoh perbedaan dari dua daerah tersebut adalah dapat dilihat dari logat yang digunakan, logat masyarakat Ambunten Tengah lebih bulat dengan artikulasi yang sangat jelas, sedangkan logat masyarakat Kaongan lebih mendayu dan sedikit datar.

Dua video dari edisi tersebut dipilih oleh peneliti dengan tujuan untuk mengidentifikasi perbedaan dalam gaya penyampaian pesan dakwah yang dilakukan oleh Ra Aak pada dua konteks wilayah yang berbeda di Kabupaten Sumenep. Permasalahan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk akomodasi komunikasi yang dilakukan oleh Ra Aak dalam menyampaikan pesan dakwah pada dua konteks sosial dan geografis yang berbeda, yakni di Desa Kaongan dan Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep. Perbedaan letak geografis antara kedua desa tersebut di mana Desa Kaongan berada di sekitar pusat kota, sedangkan Desa Ambunten Tengah terletak di wilayah pesisir menimbulkan perbedaan dalam kebudayaan, logat bahasa, intonasi, serta karakter masyarakatnya. Perbedaan ini berpotensi memengaruhi cara da'i menyesuaikan gaya komunikasi dan strategi penyampaian pesan dakwah kepada mad'u. Selain itu, perbedaan latar sosial dan generasi antara Ra Aak yang tergolong da'i muda dengan jamaah yang sebagian besar berasal dari kalangan paruh baya juga menjadi tantangan tersendiri dalam proses komunikasi dakwah. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti bagaimana Ra Aak mengakomodasi perbedaan tersebut agar pesan dakwah tetap dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens dari berbagai latar sosial dan budaya.

Dalam hal ini pemilihan teori akomodasi komunikasi oleh peneliti didasarkan pada banyak hal, salah satunya adalah latar belakang yang berbeda, hingga lintas generasi atau jarak usia antara da'i dan mad'u yang cukup jauh. Hal ini tentu karena sebagaimana kita tahu, ceramah-ceramah keagamaan memang banyak diminati oleh orang-orang paruh baya, sedangkan Ra Aak sendiri terbilang cukup muda sehingga dibutuhkan adaptasi dalam proses komunikasi, yang dalam hal ini adalah proses penyampaian pesan dakwah. Teori ini berkaitan dengan hubungan antara bahasa, konteks, dan identitas sosial. Dalam proses dakwah Ra Aak menggunakan bahasa Madura, tentu tak ada hambatan berarti dalam hal ini. Namun identitas sosial Ra Aak dan mad'u yang tentu berasal dari berbagai kalangan dan daerah patut untuk kita

dalam.

Signifikansi penelitian ini terletak pada upaya memahami peran strategi akomodasi komunikasi dalam meningkatkan efektivitas penyampaian dakwah di ranah digital. Dari sisi teoretis, penelitian ini berkontribusi pada penguatan kajian komunikasi dakwah melalui penerapan teori komunikasi modern, yakni teori akomodasi komunikasi yang dikemukakan oleh Howard Giles. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi para da'i dan pelaku dakwah digital dalam menyesuaikan pola komunikasi dengan karakter audiens, sehingga pesan keagamaan dapat disampaikan secara lebih persuasif, kontekstual, dan selaras dengan perkembangan masyarakat masa kini.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis analisis isi (content analysis). Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dari sudut pandang subjek yang terlibat. Dalam konteks ini, peneliti berupaya menafsirkan makna dan strategi komunikasi yang muncul dalam dakwah digital Lora Ahmad Sa'dud Daroin melalui kanal YouTube *Abuya Labib*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis konteks, pesan, serta bentuk akomodasi komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian dakwah. Menurut Nartin (2024), penelitian kualitatif berfokus pada konteks, makna, dan pengalaman yang terlibat dalam suatu fenomena sosial, sehingga relevan untuk menggali strategi komunikasi dalam dakwah digital.

Subjek dalam penelitian ini adalah video dakwah Lora Ahmad Sa'dud Daroin yang tersebar luas melalui kanal YouTube *Abuya Labib*. Kanal ini merupakan salah satu media dakwah yang cukup populer di kalangan masyarakat Madura dan memiliki jumlah pelanggan yang cukup besar. Video dakwah yang dipilih menjadi subjek penelitian menampilkan ceramah Lora Ahmad Sa'dud Daroin dalam dua edisi berbeda, yakni pada tanggal 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan dan 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep. Kedua video tersebut dipilih karena menampilkan konteks sosial dan geografis yang berbeda, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengkaji bentuk akomodasi komunikasi yang dilakukan oleh da'i dalam menyesuaikan penyampaian pesan dakwah kepada audiens dengan latar budaya yang beragam. Adapun Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan Teknik dokumentasi, teknik dokumentasi artinya mengumpulkan data dari sumber non insani, maknanya sumber berasal dari dokumen dan rekaman (Suwendra, 2018).

Analisis konten yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dengan tujuan untuk memahami makna pesan dan bentuk akomodasi komunikasi yang dilakukan oleh Lora Ahmad Sa'dud Daroin dalam dua video dakwah yang diteliti. Analisis ini difokuskan pada bagaimana da'i menyesuaikan gaya

komunikasi, pilihan bahasa, intonasi, serta strategi penyampaian pesan terhadap karakteristik audiens dan konteks sosial-budaya masing-masing lokasi dakwah, yakni Desa Kacongan dan Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep. Dalam pelaksanaannya, peneliti melakukan analisis isi (*content analysis*) terhadap transkrip ceramah dalam dua video tersebut. Analisis dilakukan melalui proses identifikasi, kategorisasi, dan interpretasi makna yang terkandung dalam setiap tuturan, gestur, dan konteks komunikasi dakwah. Setiap bagian yang mengandung unsur penyesuaian komunikasi baik secara verbal maupun nonverbal dikaji berdasarkan kerangka Teori Akomodasi Komunikasi (*Communication Accommodation Theory*).

Hasil analisis konten ini diharapkan dapat menggambarkan secara mendalam bagaimana bentuk adaptasi komunikasi yang dilakukan oleh Lora Ahmad Sa'dud Daroin dalam menyampaikan pesan dakwah kepada audiens dengan latar budaya, sosial, dan generasi yang berbeda. Untuk menjaga keabsahan data (validitas), penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari berbagai video, komentar audiens, serta hasil wawancara dengan informan terkait. Sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan menggabungkan analisis isi dan observasi non-partisipan guna memastikan konsistensi temuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Akomodasi komunikasi adalah teori komunikasi yang dikemukakan oleh Howard Giles pada 1973. Teori akomodasi ini didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam menyesuaikan, memodifikasi atau mengatur perilaku seseorang dalam memberi respon komunikasinya kepada orang lain (Safriandi, 2022). Teori ini digagas dengan istilah *Communication Accommodation Theory* (CAT) dan secara global merupakan teori komunikasi antarpribadi. Dalam hal ini teori ini memberikan perhatian terhadap komunikasi yang berlangsung antara orang-orang dari kelompok yang berbeda dengan menilai bahasa, perilaku non-verbal hingga penggunaan paralinguistic individu. Dalam teori ini disebutkan bahwa dalam proses komunikasi yang berlangsung, seseorang akan menyesuaikan pembicaraan, pola vocal atau tindak-tanduk mereka untuk mengakomodasi orang lain. Sehingga akomodasi ini memiliki peran penting dalam proses komunikasi, bukan hanya untuk memperkuat identitas sosial seseorang, namun juga dapat memperkuat perbedaan seseorang pula (Safriandi, 2022).

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis akomodasi komunikasi dakwah Lora Ahmad Sa'dud Daroin dalam channel YouTube Abuya Labib. Lora Ahmad Sa'dud Daroin atau yang biasa dikenal dengan panggilan Ra Aak ini merupakan seorang da'i muda yang berasal dari pulau Madura, tepatnya di Kabupaten Pamekasan. Kegiatan dakwah Ra Aak dikemas dalam bentuk ceramah keagamaan, dengan begitu beliau berhadapan langsung dengan mad'u dalam proses

dakwahnya. Dalam proses dakwah yang Ra Aak lakukan, beliau akan dihadapkan pada berbagai kalangan mad'u dari berbagai daerah. Sehingga, meski secara garis besar tidak terdapat perbedaan yang mencolok dalam komunikasi yang dilakukan Ra Aak sebagai da'i serta jamaah sebagai mad'u, namun strategi-strategi dakwah tetap harus diperhatikan, terlebih perbedaan-perbedaan cara berkomunikasi setiap daerah berbeda.

Akomodasi komunikasi dalam kaitannya dengan dakwah, memang mengkaji tentang strategi yang digunakan oleh da'i baik dalam segi bahasa yang digunakan hingga materi dakwah yang dipilih. Dalam hal ini ntuk lebih mengetahui bagaimana strategi akomodasi komunikasi yang dilakukan oleh Lora Ahmad Sa'dud Daroin, peneliti akan menguraikan teks dakwah dalam 3 strategi yang meliputi konvergensi, divergensi, dan overakomodasi. Data uraian dari teks dakwah yang dimaksud dalam hal ini diambil dari 2 video dakwah Lora Ahmad Sa'dud Daroin (Ra Aak) yang terdapat pada channel youtube Abuya labib, yakni video dakwah pada edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep, serta ediai 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep.

A. Konvergensi

Konvergensi adalah proses adaptasi komunikasi dimana seseorang berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan komunikasi baru, dengan memperhatikan isyarat-isyarat yang ada dan berusaha mengetahui bagaimana mereka sebaiknya berperilaku (Nurdiana, 2020). Adapun bentuk-bentuk konvergensi pada dakwah Ra Aak adalah sebagai berikut:

1. Penyesuaian Intonasi Dakwah

- a. Durasi 7.05-7.15 edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Sumenep penggunaan intonasi tinggi dalam konteks pemaparan tentang malaikat yang bertanya di alam kubur yang berbunyi:

Manabi oreng ka'dintoh ta' munafik se atanyah benni munkar nakir tapi basyir mubasyir, sekalian aghi basyir-mubasyir.

(Jika orang ini (yang meninggal) bukan dari golongan orang munafik maka yang bertanya bukan munkar nakir tapi basyir-mubasyir, sekali lagi basyir-mubasyir).

- b. Durasi 14.19-14.28 edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Sumenep penggunaan intonasi rendah dalam konteks menenangkan jamaah perempuan yang berbunyi:

Binian ghitak mareh, rammih. Pasepa' ghelluh bhuk, mayuh bhuk masok ghelluh bhuk mak le tak nger-enger.

(Peremuannya belum selesai berisik. Duduk dulu buk, ayuk masuk dulu buk biar gak berisik).

Gaya suara memainkan peran penting dalam komunikasi efektif, karena dapat menarik perhatian pendengar dan menciptakan kenyamanan. Dengan menggunakan

intonasi yang sesuai dengan materi, pembicara dapat meningkatkan efektivitas pesan yang disampaikan (Hidayatullah, 2023).

Kutipan dakwah yang telah peneliti sebutkan, menunjukkan beberapa intonasi suara yang digunakan oleh Ra Aak. Penggunaan intonasi tersebut dilakukan dengan beberapa tujuan yang dapat dilihat dari pesan yang disampaikan. dalam hal ini, kita dapat melihat bahwa penggunaan intonasi yang tepat oleh Ra Aak dapat menekankan point penting dalam pesan dakwah yang dibawanya, sehingga mad'u dapat memahami pesan tersebut dengan lebih mudah.

Berikut disajikan tabel ringkasan perbandingan konvergensi dakwah Ra Aak di dua wilayah berbeda di Kabupaten Sumenep:

Aspek Analisis	Desa Kaongan (17 Okt 2023)	Desa Ambunten Tengah (27 Jan 2024)	Bentuk Konvergensi
Konteks Dakwah	Penyampaian materi teologis (alam kubur dan malaikat)	Interaksi sosial dengan jamaah perempuan	Penyesuaian terhadap konteks audiens
Intonasi yang Digunakan	Tinggi dan tegas	Rendah dan lembut	Penyesuaian intonasi
Tujuan Komunikasi	Menekankan pesan penting dan menggugah emosi religius	Menciptakan ketenangan dan kedekatan emosional	Penyesuaian emosi dan situasi
Respon Audiens	Fokus dan hening saat mendengar	Tersenyum, merespon santai	Adaptasi dengan dinamika sosial
Karakter Audiens	Mayoritas laki-laki dewasa	Didominasi jamaah perempuan	Akomodasi terhadap gender dan suasana
Makna Konvergensi	Penekanan isi pesan religius	Pendekatan humanis dan empatik	Adaptasi gaya komunikasi sesuai situasi local

Tabel 1. Ringkasan Perbandingan Konvergensi Dakwah Ra Aak di Dua Wilayah

Secara keseluruhan, tabel tersebut menunjukkan bahwa strategi konvergensi Ra Aak tidak bersifat seragam, melainkan menyesuaikan konteks sosial dan karakteristik jamaah di setiap wilayah. Pada Desa Kaongan, ia menggunakan intonasi tinggi untuk membangun keseriusan dan menegaskan pesan teologis, sedangkan di Desa Ambunten Tengah ia memilih intonasi lembut untuk menciptakan suasana yang lebih akrab dan nyaman. Hal ini menegaskan bahwa konvergensi dalam dakwah bukan hanya bentuk adaptasi linguistik, tetapi juga strategi retoris dan emosional yang memperkuat efektivitas penyampaian pesan dakwah di ruang publik.

2. Bahasa Tubuh Dalam Penyampaian Dakwah (Gesture)

- a. Durasi 42.55-42.59, menunjuk jamaah perempuan pada edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Sumenep yang berbunyi:
Dimmah panitia? Pangalle kadek jiyah kak.
(Dimana panitianya? Dipindah dulu ini kak).



Gambar 1. Cuplikan video dakwah Lora Ahmad Sa'dud Daroin dalam kegiatan dakwah di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep.

- b. Durasi 14.19-14.28, menatap jamaah perempuan pada edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Sumenep yang berbunyi:
Binian ghitak marel, rammih. Pasepa' ghelluh bhuk, mayuh bhuk masok ghelluh bhuk mak le tak nger-enger.
(Perempuannya belum selesai berisik. Duduk dulu buk, ayuk masuk dulu buk biar gak berisik).



Gambar 2. Cuplikan video dakwah Lora Ahmad Sa'dud Daroin pada acara Pengajian Umum dalam rangka Isra' Mi'raj Nabi Muhammad SAW

Gesture atau bahasa tubuh merupakan aspek penting dalam sebuah proses komunikasi, termasuk dalam komunikasi dakwah. Bahasa tubuh masuk dalam kategori komunikasi non-verbal yang umumnya digunakan untuk memperkuat pesan yang dibawa oleh komunikator agar komunikasi yakin dengan pesan tersebut (Prihartanto, 2022). Berdasarkan pemaparan di atas, dapat kita lihat bahwa dalam proses dakwah yang dilakukan Ra Aak, beliau aktif menggunakan bahasa tubuh dalam beberapa

kesempatan. Hal ini ditunjukkan untuk menciptakan keselarasan antara apa yang beliau sampaikan dengan bahasa tubuh yang beliau tunjukkan. Misalnya dalam kutipan dakwah 42.55-42.59 saat Ra Aak memanggil panitia untuk memindahkan jamaah perempuan yang berisik, dengan spontan beliau menunjuk jamaah perempuan guna membuat lawan bicaranya paham kepada siapa pesan tersebut disampaikan.

3. Penyebutan *Parèbhasan* Madura Sumenep.

Durasi 11.58-12.08 pada Aak edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Sumenep yang berbunyi,

Ca'an orèng Sumenep daerah Ghepporanah ka'dissah, sa-sassa lè' ka songai bârâ' aingah ning-kenningan, ta' sossa lè' dhikah tade' sè laèn bânnya' ta' kakorangan.

(Kata orang Sumenep daerah Ghepporanah sana, mencuci baju dek ke Sungai barat airnya bersih bening, tidak kecewa dek gak ada kamu, yang lain banyak tidak kekurangan).

Parèbhasan merupakan peribahasa dalam bahasa Madura. Setiap suku di Indonesia memiliki peribahasa nya masing-masing. Di Madura, *parèbhasan* sangat dihargai dalam komunikasi sehari-hari dan digunakan untuk menyampaikan pesan dengan makna yang mendalam. *Parèbhasan* Madura merupakan ungkapan tradisional Masyarakat Madura yang mengandung nilai-nilai kehidupan, baik ajaran moral, nasihat, pandangan hidup dan kearifan lokal yang menjadi bagian dari warisan budaya Madura (Effendy, 2024). Setiap daerah di pulau Madura memiliki ungkapan *parèbhasan* dan maknanya sendiri-sendiri. Adapun yang dilakukan Ra Aak dalam interaksi dakwah yang beliau lakukan adalah dengan mengambil kutipan *parèbhasan* masyarakat Madura Sumenep. Perilaku Ra Aak yang demikian menunjukkan upaya yang beliau lakukan dalam mengakomodasi budaya masyarakat Madura Sumenep dalam proses dakwah yang beliau lakukan, hal ini ditunjukkan untuk mengambil atensi jama'ah dan sebagai upaya untuk lebih dekat dengan jama'ah.

4. Penggunaan Logat Masyarakat Madura Sumenep

- a. Durasi 35.08-35.11 pada edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Sumenep yang berbunyi,

Situ ajhâlânah marènah?

(Anda mau jalan nanti?).

Bentuk strategi akomodasi konvergensi yang dilakukan oleh Ra Aak disini adalah dengan meniru perilaku komunikasi jama'ah secara verbal, yakni aksen dan juga logat orang Sumenep sebagaimana tercatur dalam kutipan dakwah di atas. Aksen atau logat bahasa yang ada di daerah Madura berbeda-beda di setiap Kabupaten dan memiliki ciri khasnya masing-masing, baik logat Madura Pamekasan, Sampang, Bangkalan, maupun Sumenep (Primagara, 2023). Strategi konvergensi ini dilakukan untuk mencapai sebuah tujuan, yakni guna menciptakan sebuah interaksi yang efektif dengan mengadopsi *common language* (bahasa keseharian) yang lumrah digunakan oleh masyarakat setempat (Harja Susetya, 2020).

5. Penggunaan *Ondhâghâ Bhâsa* Madura (Stratifikasi)

- a. Durasi 6.30-6.42 pada edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Sumenep yang berbunyi,

Ghu'-lagghu' bileh ajunan sareng kauleh è dhikanih ka ajunah èpon Allah, nyu'un pangaporah, ta' usa ghân pertanya'nah malaikat, ghân ngoladiah ka kolè'en malaikat bheih berri.

(Suatu hari nanti jika kalian ataupun saya dipanggil ke hadapan Allah (wafat) tidak perlu mendengar pertanyaan dari malaikat, melihat kulit malaikat saja sudah merinding).

- b. Durasi 11.15-11.37 pada edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Sumenep yang berbunyi,

Maka deri ka'dintoh ngirèng, kauleh ajunan ka'dintoh para rabu, adbhinah yakin panjhenengan sè akompol siang arèh ka'dintoh keng karenah tarèkan mahabbah sè tenggih de' ka kanjeng nabi. Maka deri ka'dintoh, malar mongghe papangghiyen ka'dintoh para rabu deddhiyeh papangghiyen sè benni ghun akompol è dhunnyah, malar mongghe ghu'-lagghu' akompol è suarghenah Allah.

(Oleh karena itu mari, saya dan juga hadirin semua, saya yakin kalian semua berkumpul siang hari ini karena tarikan mahabbah yang tinggi kepada kanjeng Nabi. Oleh karena itu, semua pertemuan ini bukan hanya dijadikan pertemuan di dunia, semoga juga menjadi pertemuan di surganya Allah kelak).

Stratifikasi bahasa merupakan tingkatan bahasa dalam bahasa Madura. Tingkatan bahasa dalam bahasa Madura ada lima (Wiyata. 2013), yakni bahasa keraton (*abdhi dhalem* dan *ajunan dhalem*), bahasa tinggi (*abdhina* dan *panjhennengan*), bahasa halus (*kaula* dan *ajunan*), bahasa menengah (*bula* dan *dhika*), dan bahasa kasar atau *mapas* (*sèngko'* dan *ba'na* atau *kakèh* dan *sèda*). Adapun yang dilakukan Ra Aak dalam interaksi dakwah sebagaimana tertulis di atas adalah bentuk tingkatan bahasa halus yakni *engghi bhunten*. Tingkatan bahasa ini digunakan untuk menghormati orang yang lebih tua. Selain itu, tingkatan bahasa ini juga lumrah digunakan dalam ruang-ruang publik seperti halnya dakwah ini.

Penggunaan kata tersebut juga merupakan salah satu bentuk kesantunan berbahasa berdasarkan tata krama dan kejelasan yang diterapkan oleh Ra Aak dalam dakwahnya. Selain itu bentuk komunikasi yang dipilih oleh Ra Aak juga memiliki tujuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan jama'ah sehingga akan tercipta komunikasi yang efektif dengan saling memahami perasaan, kebutuhan serta perspektif orang lain (Hamama, 2023). Untuk memperjelas ragam dan fungsi tiap tingkat tutur yang menjadi dasar pilihan bahasa Ra Aak dalam berdakwah, berikut disajikan tabel perbandingan tingkatan bahasa Madura beserta konteks penggunaannya:

No	Tingkatan Bahasa	Contoh Sapaan	Konteks Penggunaan	Tujuan Interaksi
1	Bahasa Keraton	<i>abdhi dhalem</i> (saya), <i>ajunan dhalem</i> (Anda)	Digunakan di lingkungan bangsawan atau keraton	Menunjukkan penghormatan tertinggi dan hierarki sosial
2	Bahasa Tinggi	<i>abdhina,</i> <i>panjhennengan</i>	Digunakan untuk menghormati tokoh agama atau pejabat	Membangun wibawa dan menjaga etika sosial
3	Bahasa Halus	<i>kaula, ajunan / engghi bhunten</i>	Digunakan dalam komunikasi publik, dakwah, atau kepada orang lebih tua	Menunjukkan kesantunan dan penghormatan; menciptakan kedekatan emosional
4	Bahasa Menengah	<i>bula, dhika</i>	Digunakan antara teman sebaya atau situasi informal sopan	Menunjukkan keakraban dan kesetaraan sosial
5	Bahasa Kasar (Mapas)	<i>sèngko', ba'na, kakèh, sèda</i>	Digunakan di antara teman dekat atau konteks marah	Menunjukkan keakraban tanpa formalitas; bisa dianggap tidak sopan dalam situasi formal

Tabel 2. Tingkatan Bahasa Madura dan Fungsinya dalam Konteks Dakwah

Dalam konteks dakwah, penggunaan bahasa halus oleh Ra Aak menunjukkan kemampuannya menyesuaikan diri dengan audiens serta konteks sosial tempat dakwah berlangsung. Hal ini memperlihatkan bentuk akomodasi komunikasi konvergensif, di mana penutur berupaya mendekatkan diri dengan audiens melalui pilihan bahasa yang sopan dan kontekstual. Dengan demikian, strategi bahasa yang digunakan Ra Aak bukan hanya cerminan kesantunan, tetapi juga strategi retoris untuk membangun otoritas moral dan kedekatan spiritual dengan jamaahnya.

6. Kutipan Bahasa Arab Yang Diterjemahkan

- a. Durasi 48.51-49.22 pada edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Sumenep yang berbunyi,

caepon ulama

كذب ف هو والمسك ين الا فقراء ي ج لس ول م س لم و ع ل يه الله ص لى ال مص ط فى حب ادعى ومن Sapah-sapah oreng se ngakoh cinta de' ka al-musthofa kanjeng nabi Muhammad tapeh abe'en tak ende' perhatian de' ka oreng miskin ben oreng se bhutoh maka oreng ghellek congocoh.

(Kata ulama barang siapa yang mengaku cinta kepada al-musthofa kanjeng nabi Muhammad namun dia tidak mau memperhatikan orang miskin dan orang yang membutuhkan maka orang tersebut bohong).

- b. Durasi 33.41-33.57 pada edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Sumenep yang berbunyi,

Nafso nikah mon è toro' sampè' bileh ta' lem mareh. Mangkanah bedeh dhebu

والآخرة لا ذذ يافى قويه اعز مشهوة هذا من

Sapah-sapah orèng sè bisah nahana nafsonah maka bhekala kuat (selamat) è dhunnya ben akhirat.

(Nafsu itu kalau dituruti sampai kapanpun tidak akan selesai. Makanya ada sebuah kutipan, barang siapa yang bisa menahan nafsunya maka akan kuat (selamat) di dunia dan di akhirat).

Penggunaan bahasa Arab dalam dakwah merupakan sarana efektif untuk menyampaikan pesan islam dan memperkuat pemahaman masyarakat terhadap ajaran agama. Dengan demikian, bahasa arab memainkan peran penting dalam memperluas pengetahuan masyarakat tentang islam dan warisan intelektualnya yang kaya (Ridwan, 2023). Kecakapan berbahasa Arab, khususnya dalam penafsiran ayat-ayat al-qur'an dan hadis, merupakan kriteria penting bagi seorang da'i (Mushodiq, 2021). Sebagai seorang da'i beliau mampu memberikan pemahaman kepada mad'u terkait ayat-ayat, hadis serta ucapan ulama yang berbahasa Arab ke dalam bahasa Madura. Demikian Ra Aak telah melakukan upaya untuk mempersempit perbedaan antara da'i dan mad'u, dalam upayanya beliau melakukan upaya akomodasi konvergensi, adalah saat dimana beliau dapat memahami bahasa Arab yang dikutipnya namun juga paham jika mitra dakwah (mad'u) yang beliau hadapi belum tentu memahaminya. Sehingga beliau juga berlaku sebagai translator yang menerjemahkan dan memberikan pemahaman terhadap mitra dakwahnya. Hal ini dilakukan agar komunikasi yang terjadi berjalan secara efektif dan tidak ada miskomunikasi, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami secara menyeluruh.

B. Divergensi

Divergensi adalah strategi akomodasi komunikasi yang berlawanan dengan konvergensi yang melibatkan penyesuaian dengan lawan bicara. Strategi ini melibatkan penonjolan perbedaan individu dengan lawan bicaranya dan mempertahankan identitas sosial atau budaya yang dimilikinya, oleh karenanya tidak ada upaya untuk menunjukkan kesamaan dengan lawan bicaranya baik secara verbal maupun non-verbal (Salsabila, 2022). Adapun upaya akomodasi komunikasi divergensi pada dakwah Ra Aak adalah sebagai berikut:

1. Penyebutan Nama Kitab

- a. Durasi 6.55-6.58 pada video dakwah Ra Aak edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,
Dhen guleh pernah mangghi jhugen manabi tak kalep delem ketab tarbihul ghafilin.
(Saya pernah membacanya juga kalau tidak salah dalam kitab tarbihul ghafilin).
- b. Durasi 15.30-15.34 pada video dakwah Ra Aak edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,
Abdhinah mangghi keterangan ka'dintoh a delem ketab sunan an-nasa'in."
(Saya menjumpai keterangan ini dalam kitab sunan an-nasa'in).

Pesan yang disampaikan dalam hal ini disusun dengan *rhetorical design logic* yang memungkinkan komunikator memberikan pesan yang unik dan berbeda namun berdasarkan sumber dan data yang akurat (Virdaus, 2021). Berdasarkan keterangan tersebut, dapat kita lihat dengan jelas dalam salinan teks dakwah yang disebutkan, Ra Aak dalam dakwahnya menyebutkan nama-nama kitab serta tokoh ulama yang dijadikannya sebagai sumber dari pesan dakwah yang beliau sampaikan. Oleh karenanya, dalam hal ini Ra Aak menggunakan strategi akomodasi komunikasi divergensi, yakni adalah dengan tetap mempertahankan perbedaan dengan menyebutkan sumber dari pesan komunikasi (dakwah) yang disampaikan.

2. Penyebutan Nama Tokoh Ulama

- a. Durasi 6.58-7.07 pada video dakwah Ra Aak edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengan, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,
Dhen guleh èmot, bedeh sittung dhebu luar biasah, dhebu ka'dintoh è dhebuaghi sareng al-hafid ibn Katsir è delem sittung keterangan.
(Saya ingat ada satu kalimat yang luar biasa, kalimat ini diucapkan oleh al-hafid ibn Katsir dalam sebuah keterangan).

Sejalan dengan penyebutan nama kitab sebagai sumber pesan, pesan yang disampaikan dalam hal ini disusun dengan *rhetorical design logic* yang memungkinkan komunikator memberikan pesan yang unik dan berbeda namun berdasarkan sumber dan data yang akurat. Dalam hal ini Ra Aak menyebutkan nama tokoh ulama sebagai sumber pesan dakwah yang disampaikan. Menyebutkan langsung sumber dari pesan dakwah dapat mengunci pendapat dan tidak memberikan kesempatan kepada orang lain untuk membantah, keadaan yang demikian mampu membuat da'i untuk tidak sependapat dengan orang lain (Virdaus, 2021).

3. Overakomodasi

Overakomodasi atau akomodasi berlebih adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan komunikator yang dianggap berlebihan oleh pendengar. Akomodasi berlebih dapat memiliki dampak negatif, seperti mengurangi motivasi untuk memperdalam pemahaman bahasa, menghindari komunikasi, dan membentuk sikap

negatif terhadap komunikasi dan Masyarakat (Siallagan, 2024). Akomodasi berlebih dalam hal ini dibedakan menjadi 3 bagian, yakni *sensory overaccommodation* (akomodasi berlebih sensorik), *dependency overaccommodation* (akomodasi berlebih ketergantungan), dan *intergroup overaccommodation* (akomodasi berlebih antarkelompok).

a. *Sensory Overaccommodation*

Sensory overaccommodation adalah kondisi dimana individu berusaha untuk mengakomodasi komunikasi orang lain yang memiliki keterbatasan baik dari segi bahasa maupun fisik (Nadia Hakim, 2024). Umumnya sikap *overaccommodation* ini ditunjukkan dengan maksud baik, namun saat seseorang melakukannya secara berlebihan, maka mitra komunikasi akan menganggap sebaliknya dan menganggap sikap tersebut sebagai sikap menggurui dan merendahkan (Muhammad, 2020). Dakwah Lora Aak yang termasuk dalam kategori sensory overaccommodation Adalah sebagai berikut:

- 1) Durasi 17.02-17.06 pada edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,
Jhe' aghellek ben e solo sekaleh padeh tak bisa jereh.
(Jangan ketawa kamu, nanti disuruh gak bakal tahu juga).
- 2) Durasi 31.06-31.19 pada video dakwah Ra Aak edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,
Kèng ta' langkong, dhân guleh matorah. Iruk panjhenengan mon ta' biasah abhesah sènga' sambil ajhâr ghâlluh tako' rop taporop antara abdhinah ben ajunan.
(Tapi mohon maaf, saya mau mengingatkan. Ibu jika tidak terbiasa berbahasa madura halus sambil belajar dulu takutnya tertukar antara saya dan kamu).

Dari salinan teks dakwah yang tertulis di atas, dua di antaranya menunjukkan sikap da'i yang mengakomodasi jama'ah secara berlebihan, yakni dengan menjadikan ketidakmampuan jama'ah sebagai sebuah bahan humor. Seperti pada durasi 17.02-17.06 dakwah edisi 17 Oktober 2023, saat Ra Aak meminta jama'ah untuk tidak tertawa jika tidak bisa menggantikan posisinya dengan lebih baik, serta pada durasi 31.06-31.19 dakwah edisi 27 Januari 2024, saat Ra Aak meminta jama'ah untuk belajar berbahasa Madura halus.

b. *Dependency Overaccommodation*

Akomodasi berlebihan jenis ini terjadi saat seorang komunikator memposisikan lawan bicaranya pada posisi yang lebih rendah, sehingga komunikator memiliki kontrol atas percakapan dan menunjukkan kedudukan yang lebih tinggi dari komunikasi (Lande, 2023). Adapun dakwah Lora Aak yang masuk dalam kategori dependency overaccommodation sebagai berikut:

Durasi 30.01-30.07 pada video dakwah Ra Aak edisi 17 Oktober 2023 di Desa Kaongan, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,

Nikah mon la mareh e ghaghirih makeh ka sampiyan nyaman kak, tak maobenan, jhek se maobenan nikah kak (menoleh ke arah jamaah perempuan).

(Ini kalau sudah dimarahin nanti kamu juga enak kak, tidak ubanan. Yang

mempercepat tumbuhnya uban kan mereka).

Dalam tahap ini, Ra Aak melakukan strategi *dependency overaccommodation* (akomodasi berlebihan ketergantungan). Salinan teks dakwah di atas menunjukkan sikap Ra Aak yang memposisikan komunikan (jama'ah) pada posisi yang lebih rendah dari beliau sebagai komunikator. Saat Ra Aak mengatakan untuk membiarkan dirinya berbicara kepada jama'ah perempuan agar jama'ah laki-laki tenang dan tidak dimarahi, ini menunjukkan bahwa Ra Aak menganggap hanya dirinya yang mampu memberikan nasihat kepada jama'ah perempuan dan memberikan rasa aman kepada jama'ah laki-laki.

c. *Intergroup Overaccommodation*

Intergroup overaccommodation atau akomodasi berlebihan antarkelompok merupakan strategi akomodasi yang terjadi ketika individu menggeneralisasi lawan bicaranya ke dalam sebuah kelompok tertentu berdasarkan *stereotype* yang ada di tengah masyarakat, tanpa memperhatikan perbedaan dan keunikan individu tersebut (Nadia Hakim, 2024). Pada tahap ini peneliti menemukan data bahwa Ra Aak menyusun pesan berdasarkan *stereotype* yang berlaku pada perempuan, dengan menganggap semua jama'ah perempuan yang hadir memiliki sikap yang sama.

Durasi 14.19-14.28 pada video dakwah Ra Aak edisi 27 Januari 2024 di Desa Ambunten Tengah, Kabupaten Sumenep yang berbunyi,

Bini'an ghitak marèh rammih. Pasèpa' ghelluh bhuk, mayuh-mayuh bhuk, maso' ghelluh, ma' lè ta' nger-ènger.

(Perempuan belum selesai heboh. Duduk dulu mbak, ayo-ayo mbak, masuk dulu biar tidak ramai).

Pada tahap ini dapat kita lihat berdasarkan salinan teks dakwah yang ada, bahwa Ra Aak cenderung menempatkan jama'ah wanita yang hadir pada posisi dan kebiasaan yang sama. Hal ini didasarkan pada kebanyakan *stereotype* atau stigma negatif yang berlaku di tengah-tengah masyarakat. Sebagaimana kita tahu, *stereotype* adalah konsep mental yang telah distandardkan dan digunakan untuk menggambarkan kelompok-kelompok sosial tertentu dengan cara yang oversimplifikasi dan tidak akurat.

Stereotype ini seringkali memiliki dampak negatif dan memperkuat ketidakadilan terhadap kelompok tertentu, seperti kaum perempuan (Mujiati, 2024). Oleh karenanya, berdasarkan salinan teks dakwah yang tertulis di atas, Ra Aak telah melakukan strategi akomodasi berlebihan antarkelompok yang didasarkan pada *stereotype* yang berlaku pada perempuan, yakni dengan mengatakan perempuan sebagai makhluk yang tidak bisa diam dan tidak bisa menahan nafsu dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam proses dakwah yang dilakukan oleh Ra Aak terdapat tiga strategi akomodasi komunikasi yang digunakan oleh beliau yakni strategi konvergensi, divergensi, serta overakomodasi, hal ini menunjukkan kesungguhan da'i dalam upayanya untuk menyampaikan pesan dakwah secara efektif. Terdapat lima belas (15) potongan video dari beberapa durasi dakwah yang termasuk pada kategori konvergensi yang menunjukkan upaya Ra Aak untuk menyesuaikan gaya komunikasi guna lebih dekat dengan audien.

Terdapat tiga potongan video dari beberapa durasi dakwah yang termasuk dalam kategori divergensi komunikasi, dalam hal ini da'i menunjukkan perbedaan yang ada guna memperkuat sumber pesan dakwah yang disampaikan, selain itu penggunaan strategi divergensi dalam dakwah adalah untuk menekankan prinsip islam yang tidak dapat dikompromikan serta mempertahankan keaslian dan keunikan dakwah. Pada overakomodasi terdapat sembilan potongan video dari beberapa durasi yang menunjukkan upaya penyesuaian yang dilakukan Ra Aak dengan mengakomodasi sesuatu yang ada dalam diri mad'u dan membungkusnya menjadi sebuah candaan ringan sehingga tidak ada kesalahpahaman dalam dakwah. Overakomodasi ini juga merupakan upaya da'i untuk meningkatkan efektivitas dakwah serta meningkatkan kepopuleran dakwah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, F. &. (2025). Dakwah digital: Mengukur dampak dan efektivitas kampanye dakwah online terhadap audiens muda. *PROGRESIF: Jurnal Dakwah, Sosial, dan Komunikasi*, 45–56.
- Effendy, Moh Hakim. (2024). Nilai Ekologis Dalam Paribahasa Madura: Kajian Hermeneutik. *Ghancaran: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, V.
- Hamama, Syifa. (2023). Memahami Komunikasi Verbal Dalam Interaksi Manusia. *Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 3 (2).
- Harja Susetya, Hemas Haryas. (2020). Keunikan Reduplikasi Bahasa Madura Dalam Dialek Probolinggo. *Jurnal Pendidikan Islam*, 2 (2).
- Hidayatullah, Ilham. (2023). Gaya Retorika Dakwah Bang Aswan. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiarian Islam*, 8 (1).
- Laila Qodriyah, Salma. (2021). Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Milenial (Channel Nussa Official). *Jurnal Studi Islam dan Kemuhammadiyahan*, 1 (2).
- Mujiati, Nanik. (2024). Perspektif Islam Tentang Stereotype Gender Perempuan. *Jurnal Studi, Sosial, dan Ekonomi*, 5 (1).
- Mushodiq, Muhammad Agus. (2021). Kesalahan Ustaz dalam Bahasa Arab Verbal pada Penyampaian Materi Dakwah Islam. *Arabiyatuna: Jurnal Bahasa Arab*, 5 (1).

- Nadia Hakim, Lulu. (2024). Wacana Multimodalitas Budaya: Tautan Peran Gender dan Akomodasi Komunikasi dalam Film Serial Gadis Kretek. *Jurkom: Jurnal Riset Komunikasi*, 7 (1).
- Nartin. 2024. *Metode Penelitian Kualitatif*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Nurdiana, Elsa Eka Putri. (2020). Akomodasi Komunikasi Mahasiswa Pendatang. *Jurnal Komunikasi Global*, 9 (2).
- Prihartanto, Lucki. (2022). Keselarasan Bahasa Tubuh dan Pesan Verbal Ustaz Das'ad Latif. *Inteleksia: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 3 (2).
- Ridwan, Muhammad. (2023). Membuka Wawasan Keislaman: Kebermaknaan Bahasa Arab dalam Pemahaman Islam. *Jazirah: Jurnal Peradaban dan Kebudayaan*, 4 (2).
- Safriandi. (2022). Akomodasi Komunikasi Etnis Tionghoa di Kota Banda Aceh. *Jurnal Komunikasi Global*, 11 (2).
- Salsabila, Devani Asri. (2022). Akomodasi Komunikasi Beda Budaya Antara Manajer Asing Dengan Staff di PT. ICC. *Petanda: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 5 (1).
- Siallagan, Fernandes. (2024). Akomodasi Komunikasi Antarbudaya Pada Mahasiswa Sumatra Utara di Universitas Negeri Gorontalo. *Medialog: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7 (1).
- Suheri. (2019). Akomodasi Komunikasi. *Jurnal Network Media*, 2(6).
- Suwendra, Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Bandung: NILACAKRA.
- Virdaus, Dony Rano. (2021). Konvergensi dan Divergensi Komunikasi Dalam New Media. *Ficosis*, 1.
- Wiyata, A. Latief. (2013). *Carok: Konflik Kekerasan dan Harga Diri Orang Madura*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.