

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis Model Dakwah Felix Siauwa Pada Podcast Escape

Nurhalimah dan Muhammad Yusuf

Universitas Sains Alqur'an

Email: nurhalimahoktavia@gmail.com dan yusuf@unsiq.ac.id

Abstract

This study explores the phenomenon of Islamic preaching (da'wah) transformation in the digital age, focusing on Felix Siauwa's communication strategy during his appearance on the Escape Podcast on Raymond Chin's YouTube channel. The transition from conventional media to digital platforms represents more than a simple change of medium; it signifies a paradigm shift in how religious messages are produced, distributed, and consumed. In this modern ecosystem, preachers are required to adapt to contemporary audiences who prioritize content that is interactive, relevant, and accessible at any time. Utilizing a qualitative content analysis approach within a case study design, this research applies Richard M. Perloff's Persuasion Theory, examining both central and peripheral routes. The analysis focuses on rhetorical patterns, messaging strategies, and the dynamics of preaching interaction within the podcast format. The findings reveal that Felix Siauwa successfully maintains the effectiveness of his message amidst intense digital competition through dialogic narrative communication. This success is further bolstered by enhanced personal credibility and the implementation of persuasive strategies that align with the fluid logic of digital media. Ultimately, this study provides a significant contribution to contemporary Islamic communication research, particularly in mapping how preaching practices evolve to remain relevant and influential within an ever-changing and dynamic digital ecosystem.

Keywords: Digital Da'wah, Persuasive Communication, Felix Siauwa, Content Analysis, Escape Podcast.

Abstrak

Penelitian ini mendalami fenomena transformasi dakwah Islam di era digital, dengan fokus pada strategi komunikasi Felix Siauwa saat menjadi tamu dalam *Escape Podcast* di kanal YouTube Raymond Chin. Transisi dari media konvensional ke platform digital bukan sekadar perpindahan medium, melainkan pergeseran paradigma dalam cara pesan agama diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Di tengah ekosistem ini, para pendakwah dituntut untuk mampu beradaptasi dengan audiens modern yang memprioritaskan konten yang interaktif, relevan, serta mudah diakses kapan saja. Dengan menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif melalui desain studi kasus, penelitian ini menerapkan **Teori Persuasi Richard M. Perloff** yang membedah jalur sentral dan periferi. Analisis difokuskan pada pola retorika, strategi pesan, dan dinamika interaksi dakwah dalam format sinar (*podcast*). Temuan penelitian menunjukkan bahwa Felix Siauwa berhasil menjaga efektivitas dakwah di tengah ketatnya kompetisi digital melalui komunikasi naratif yang bersifat dialogis. Keberhasilan ini didukung oleh penguatan kredibilitas personal dan penggunaan strategi persuasif yang selaras dengan logika media digital yang cair. Secara keseluruhan, studi ini memberikan kontribusi penting bagi riset komunikasi Islam kontemporer, terutama dalam memetakan

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad) 2

bagaimana praktik dakwah berevolusi untuk tetap relevan dan berpengaruh di dalam ekosistem digital yang terus berubah secara dinamis.

Kata Kunci: *Dakwah Digital, Komunikasi Persuasif, Felix Siauw, Analisis Konten, Podcast Escape.*

A. PENDAHULUAN

Di era digital yang ditandai oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, transformasi perilaku sosial manusia semakin bergeser ke ranah virtual. Media sosial seperti Youtube telah menjadi platform utama untuk penyebaran informasi, hiburan, dan pendidikan, termasuk dalam konteks keagamaan. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, dakwah proses penyampaian ajaran Islam telah mengalami perubahan signifikan. Tradisionalnya, dakwah dilakukan melalui ceramah tatap muka di masjid atau majelis taklim, tetapi kini semakin banyak ustadz dan dai memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Fenomena ini didorong oleh tingginya penetrasi internet, dimana ada 143 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia pada tahun 2025, mencakup 50,2% dari total populasi, sebagaimana dilaporkan oleh We Are Social dan DataReportal dalam digital 2025 Global Overview Report,¹ mengakses konten secara online termasuk podcast dan video streaming. Hal ini mencerminkan adaptasi dakwah terhadap gaya hidup digital masyarakat milenial dan Gen Z, yang cenderung mencari konten yang interaktif, ringkas, dan realtable. Namun transformasi ini juga menimbulkan tantangan, seperti potensi distorsi pesan keagamaan akibat algoritma platform atau kurangnya interaksi langsung. Podcast, sebagai format audio visual yang mendalam, muncul sebagai inovasi dalam dakwah digital, memungkinkan diskusi panjang lebar tentang isu-isu kontemporer seperti mental health, hubungan sosial, dan etika digital, yang sering kali diabaikan dalam dakwah konvensional.² Fenomena ini tidak hanya memperluas jangkauan dakwah tetapi juga mengubah model penyampaiannya, dari monolog ke dialog yang lebih inklusif, sehingga relevan dengan dinamika sosial.

Transformasi dakwah Felix Siauw di podcast "Escape" akun YouTube Raymond Chin menonjol dengan pendekatan rasional, dialogis, dan kasual yang membangun kedekatan audiens muda skeptis, termasuk non-Muslim dan urban,

¹ We Are Social & Meltwater, "Digital 2025: Indonesia Overview," DataReportal, Januari 2025, diakses melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2025/>

² Pratiwi, R. dan A. Setiawan, "Transformation of Dakwah Media in Inspiring Muslim Mothers: A Digital Era Perspective," *Jurnal Al-Risalah*, UIA.ac.id, 2024.

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad) 4

membahas topik sekulerisme di tengah polarisasi digital. Podcast ini capai jutaan tayangan berkat popularitas 1 juta+ subscriber, merepresentasikan dakwah hybrid naratif autentik yang relevan era fragmentasi sosial.

Studi sebelumnya fokus dakwah digital umum seperti peran media sosial untuk Gen Z dan strategi viral YouTube, namun minim analisis spesifik model podcast hybrid seperti Felix Siauw yang integrasikan narasi pribadi dengan argumentasi kritis. Penelitian ini isi gap dengan pendekatan kualitatif konten analisis pada episode 1 podcast *Escape*, beda dari kajian umum yang abaikan transformasi dialogis inklusif. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif yang mendalam untuk menganalisis model dakwah pada Podcast *Escape*, yang secara khusus diproduksi oleh Raymond Chin di akun YouTube resminya @RaymondChins, sebagai kasus studi spesifik yang merepresentasikan transformasi dakwah digital di konteks Indonesia kontemporer.

Penelitian ini menganalisis model dakwah dalam Podcast *Escape* Ustadz Raymond Chin, dengan fokus pada transformasi penyampaian, strategi komunikasi, dan dampaknya bagi audiens digital. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian memetakan inovasi seperti narasi personal, bahasa hybrid, dan visual interaktif untuk melihat bagaimana dakwah ini menjembatani metode tradisional dengan kebutuhan audiens masa kini. Temuan penelitian berkontribusi pada pengembangan teori dakwah digital dan memberikan panduan praktis bagi da'i serta konten kreator dalam meningkatkan kualitas dakwah online. Secara sosial, penelitian ini turut memperkuat literasi digital dan membuka ruang kajian baru tentang kohesi sosial dan dinamika gender dalam dakwah digital.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif yakni riset dengan setting alamiah, yang tujuannya adalah menginterpretasikan beberapa fenomena dengan metode-metode yang ada, yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini.³

³ Rinanda Adinda, Achiriah, and Abdul Rasyid, "Analisis Pesan Self Love Dalam Lirik Lagu Answer : Love Myself Produced By Beyond the Scene (Bts)," *Jurnal AT-TAZAKI, Universitas Negeri Sumatera Utara* 6, no. 1 (2022): 21–42.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus observasi untuk menelusuri model dakwah yang diterapkan dalam Podcast Escape di kanal YouTube Raymond Chin. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami secara mendalam fenomena transformasi dakwah di era digital, khususnya bagaimana pesan keagamaan dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui medium podcast yang populer di kalangan anak muda. Data penelitian diperoleh melalui pengamatan konten secara daring dan analisis pustaka terhadap teori-teori komunikasi persuasif. Teori ini digunakan sebagai kerangka analisis utama untuk menelusuri bagaimana pesan dakwah disampaikan melalui jalur sentral dan jalur perifer, serta bagaimana faktor-faktor seperti kredibilitas pembicara, gaya komunikasi, dan relevansi pesan berpengaruh terhadap sikap dan persepsi audiens. Teknik observasi daring (online observation) dilakukan dengan meneliti sejumlah episode *Podcast Escape* yang relevan dengan tema transformasi diri dan spiritualitas. Melalui observasi ini, peneliti menganalisis unsur-unsur verbal dan nonverbal yang membentuk model dakwah, seperti struktur pesan, gaya penyampaian, narasi personal, serta bentuk interaksi yang dibangun antara pembicara dan audiens.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pernyataan Bupati Sumenep yaitu Achmad Fauzi Wongsojudo, mengenai isu kemiskinan petani diperoleh dari pemberitaan Kompas.com dengan judul “Petani Jadi Penyumbang Angka Kemiskinan di Sumenep” (13 Agustus 2025). Dalam berita tersebut, Bupati menyampaikan bahwa petani merupakan salah satu kelompok yang rentan menyumbang angka kemiskinan daerah. Pernyataan tersebut dinyatakan secara eksplisit melalui kutipan berikut:

“Petani menjadi salah satu kelompok yang menyumbang angka kemiskinan.”⁴

Dakwah dapat diartikan sebagai ajakan. Bentuk kata dalam bahasa Arab adalah Mashdar. Meskipun bentuk kata kerjanya (*fi'il*) adalah *da'a*, *yad'u*, *da'watan*,

⁴ Nur Khalis, Icha Rastika, “Petani Jadi Penyumbang Angka Kemiskinan,” Kompas.com, accessed November 23, 2025, <https://surabaya.kompas.com/read/2025/08/13/145512778/petani-jadi-penyumbang-angka-kemiskinan-di-sumenep>.

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad) 6

artinya memanggil. Orang yang berdakwah disebut da'i dan orang yang menerima dakwah atau orang yang didakwah disebut mad'u.⁵ Dakwah tidak hanya melalui ucapan, tetapi juga dengan keteladanan. Seorang da'i harus memiliki wawasan dan pengalaman luas untuk memahami persoalan yang muncul di masyarakat.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam metode penyampaian dakwah. Kegiatan dakwah yang dahulu dilakukan secara tatap muka kini bertransformasi ke ruang digital, menyesuaikan perkembangan komunikasi modern. Digitalisasi pesan dakwah menjadi strategi penting untuk menjaga eksistensi dakwah di era digital.⁶ Menghadirkan dakwah dalam bentuk digital sudah banyak dilakukan diberbagai flatform Instagram, Facebook, X, dan Youtube

Model Dakwah Felix Siuaw Pada Podcast Escape

Dakwah pada era digital menuntut para da'i untuk tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan secara normatif, tetapi juga mengemasnya dalam bentuk komunikasi yang mampu menjangkau nalar dan emosi audiens modern. Dalam konteks ini, Felix Siuaw menjadi salah satu figur dakwah yang berhasil memadukan pendekatan keagamaan dengan argumentasi rasional di berbagai platform digital, termasuk podcast *Escape* yang dipandu oleh Raymond Chind.⁷ Dalam konteks teori komunikasi persuasif, strategi yang dilakukan Felix Siuaw dapat dijelaskan melalui konsep *Elaboration Likelihood Model* (ELM) yang dikembangkan oleh Richard E. Perloff. Menurut Perloff, proses persuasi berlangsung melalui dua jalur utama, yaitu *central route* (jalur sentral) dan *peripheral route* (jalur periferal). Jalur sentral melibatkan pemrosesan informasi yang mendalam, di mana audiens menilai kualitas argumen dan relevansi pesan terhadap nilai atau keyakinannya.

⁵ Ilham Putri Andini, Fahma Nurul Hamida, and Andhita Risko Faristiana, "PERUBAHAN DAKWAH DI ERA DIGITAL," *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>.

⁶ Afna Fitria Sari, "Dakwah Online Dan Perubahan Sosial Di Era Digital," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4 (2022): 786–95.

⁷ Ustad Felix Siuaw et al., "Strategi Dakwah Digital Dalam Podcast Escape" 23, no. 2 (2025): 95–105.

Sementara itu, jalur periferal lebih mengandalkan faktor eksternal seperti kredibilitas sumber, daya tarik komunikator, atau gaya penyampaian yang menarik perhatian tanpa keterlibatan kognitif yang mendalam.⁸ Felix Siauw dalam podcast *Escape* menunjukkan kecenderungan yang kuat terhadap penggunaan jalur sentral dalam proses dakwahnya. Kutipan dibawah ini menunjukkan bahwa Felix tidak hanya mengajak pendengar memahami konsep agama secara normatif, tetapi juga menghubungkannya dengan kerangka logis yang menuntut elaborasi kognitif. Pendengar didorong untuk merenungi hubungan antara “escape”, kontemplasi, dan transformasi diri, sehingga proses persuasi terjadi melalui jalur sentral sebagaimana dijelaskan dalam teori ELM Perloff.⁹

“Kata orang gini, kalau di depan sudah buntu maka balik ke belakang adalah pilihan satu-satunya. Tapi kalau kita di depan buntu dan belakang buntu, maka naik ke atas. Artinya semua itu ‘escape’. Rasulullah itu bukan yang sekali escape, tapi yang pertama dia melihat kekacauan yang sangat besar sekali, dia escape ke Hira untuk ngeliat lebih dalam lagi... Kedua, ketika dia dalam hidupnya paling sedih, dia dikasih escape untuk ke langit Isra Mi’raj.”(*Escape Podcast, Episode 1, menit 16:20*).¹⁰

Untuk memberi gambaran empiris mengenai penggunaan jalur periferal yang dilakukan Felix Siauw, salah satu contohnya tampak pada gaya penyampaian yang santai dan akrab ketika membahas makna peningkatan spiritual di bulan Ramadhan. Penggunaan bahasa nonformal seperti “gaes” dan nada bertutur yang ringan menunjukkan upaya membangun kedekatan emosional serta menciptakan suasana percakapan yang lebih cair bagi pendengar.

“ Hal yang terpenting ketika ramadhan itu bukan nahan makan, karena nahan makan semua orang bisa gaes, dan nggak usah dibulan Ramadhan gaes. Tapi nyatanya Allah menjadikan bulan Ramadhan itu sebagai bulan peningkatan, jadi

⁸ Disna Haristya Permata et al., “Komunikasi Persuasi Melalui Media Sosial Instagram,” *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 14, no. 1 (2025): 1–13.

⁹ Perloff, *The Dynamics of Persuasion*, hlm. 160.

¹⁰ Felix Siauw, “Kabur”: Ajaran Islam dan Para Nabi untuk Naik Level” dalam Podcast *Escape*, Episode 1, Youtube, 2025.

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad) 8
seharusnya ziyadah, harus ada peningkatan.” (Escape Podcast, Episode 1, menit 38:31.¹¹

Contoh ini memperlihatkan bahwa selain argumentasi rasional yang ia bangun, Felix Siauw juga memanfaatkan unsur periferan untuk menarik perhatian, menimbulkan kenyamanan, dan memperkuat penerimaan emosional audiens terhadap pesan dakwah.

Dengan menggabungkan jalur sentral dan periferan secara proporsional, Felix mampu menciptakan bentuk dakwah yang tidak hanya menyentuh aspek emosional, tetapi juga menstimulasi proses berpikir kritis audiens. Strategi ini menunjukkan bahwa dakwah Islam dapat bersifat argumentatif dan rasional tanpa kehilangan nilai spiritualnya. Pendekatan semacam ini menjadi representasi dari dakwah era digital yang komunikatif, adaptif, dan relevan dengan pola pikir masyarakat modern yang menuntut keseimbangan antara iman dan nalar.

Gaya Fashion Dakwah Felix Siauw Pada podcast Escape

Gaya fashion Felix Siauw dalam podcast “Escape” bersama Raymond Chin memperlihatkan bagaimana dakwah dapat dikomunikasikan secara efektif melalui representasi visual di ruang digital. Penampilannya yang sederhana, rapi, dan selaras dengan prinsip kesopanan Islam tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga membentuk citra diri yang kredibel dan positif. Pilihan fashion tersebut menjadi strategi non-verbal yang mampu menarik perhatian audiens serta memperkuat pesan dakwah tanpa harus sepenuhnya bergantung pada penjelasan lisan.

Kesederhanaan dan kesantunan dalam gaya fashion Felix memberikan ruang bagi terciptanya hubungan emosional yang lebih natural dengan audiens tanpa memberikan kesan formal atau menggurui. Dalam format podcast yang bersifat

¹¹ Felix Siauw, “Kabur”:*”Ajaran Islam dan Para Nabi untuk Naik Level”* dalam Podcast *Escape* , Episode 1, Youtube, 2025.

santai dan dialogis, gaya berbusana ini berfungsi sebagai “jembatan” komunikasi yang memperdekat jarak psikologis antara pendakwah dan pendengar.¹²

Kesesuaian antara kesan visual dan suasana dialog memperkuat daya terima pesan dakwah, sebab dalam komunikasi persuasif, kesan awal dan kondisi emosional audiens memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana pesan diproses dan dinilai. Dengan demikian, aspek visual tidak dapat dipisahkan dari konstruksi pesan dakwah yang disampaikan secara utuh.¹³ Di sisi lain, konsistensi penampilan Felix juga menciptakan identitas visual yang kuat di tengah persaingan dakwah digital yang semakin kompetitif. Fashion yang merepresentasikan nilai keislaman bukan hanya menjadi simbol religiositas, melainkan juga sarana komunikasi yang menegaskan integritas dan keseriusan pesan dakwah yang dibawa. Dalam konteks komunikasi modern, visual yang autentik seperti ini membantu membangun narasi yang menghubungkan nilai agama dengan realitas keseharian audiens, terutama mereka yang hidup dalam lingkungan urban dan serba digital.¹⁴ Lebih jauh, aspek estetika dalam penampilan Felix dapat dipahami sebagai bagian dari strategi dakwah yang mengoptimalkan fungsi visual sebagai pendukung utama efektivitas komunikasi.

Gambar 1.2 penampilan Felix siauw pada podcast Escape eps 16



¹² Fakhri Ghiffari Fasya, Uwoh Saepuloh, and Aang Ridwan, “Dakwah Simbolik Kaos Izma Muslim,” n.d.

¹³ Lina Masruroh, *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia* (Scopindo Media Pustaka, 2021).

¹⁴ Dinda Ayu Triani et al., “Dakwah Di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam Di Era Digital,” *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa* 3, no. 1 (2025): 295–305, <https://doi.org/10.59059/perspektif.v3i1.2206>.

Karakteristik dan Respon Audiens pada Dakwah Felix Siauw di “Podcast Escape”

Respons audiens pada penampilan Felix Siauw di podcast escape menunjukkan kecenderungan positif yang dominan. Banyak komentar menegaskan bahwa format percakapan yang santai bersama Raymond Chin menjadikan dakwah terasa membumi, relevan, dan tidak menggurui. Audiens juga mengapresiasi argumentasi Felix yang runtut dan “mudah dicerna”, sehingga memfasilitasi pemrosesan pesan melalui jalur sentral. Sementara itu, aspek emosional seperti ketenangan Felix, konsistensi dakwahnya, serta kesan keotentikan turut memperkuat jalur periferal. Beragam ungkapan seperti “tersentil”, “ingin memperbaiki diri”, atau “membuka wawasan” menunjukkan bahwa pesan tidak hanya diterima secara kognitif, tetapi juga menyentuh ranah afektif dan mendorong evaluasi diri. Selain itu, terdapat segmen audiens yang memberikan kritik konstruktif, misalnya membandingkan kapasitas keilmuan Felix dengan ulama lain atau mempertanyakan penafsiran tertentu. Hal ini menegaskan bahwa audiens digital bersifat aktif, reflektif, dan tidak sepenuhnya tunduk pada otoritas komunikator. Variasi pola respons tersebut tercermin dalam data komentar, seperti apresiasi terhadap analogi yang “masuk akal”, penilaian terhadap kedalaman konten, hingga refleksi religius yang berkembang dalam interaksi dengan komentar audiens lain.

Secara keseluruhan, karakteristik dan respons audiens memperlihatkan bahwa dakwah Felix Siauw di podcast *Escape* berhasil menjangkau generasi muda melalui kombinasi persuasif antara jalur sentral dan periferal. Struktur argumen yang logis mengakomodasi audiens yang berpikir analitis, sementara gaya komunikasi yang hangat dan dialogis menurunkan hambatan psikologis dan membuka ruang elaborasi pesan yang lebih luas. Keberhasilan pendekatan ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kredibilitas komunikator, kesesuaian platform, serta kemampuan menghadirkan suasana komunikasi yang natural, relevan, dan relatable bagi kultur digital generasi muda.

Pola respons audiens tersebut semakin terlihat jelas pada data empiris yang dihimpun dari komentar-komentar dalam episode *Escape* bersama Felix Siauw. Seperti yang ditampilkan pada Tabel 1, audiens menunjukkan variasi respon berupa afirmasi, dukungan emosional, argumentasi kritis, hingga interaksi religius yang berkembang dari dialog antarpemonton. Data ini memperkuat bahwa audiens tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi turut mengonstruksi makna dakwah melalui ruang digital.

Komentar audiens didominasi apresiasi positif atas kejelasan dan relevansi dakwah Felix, disertai sebagian respons argumentatif dan interaktif. Variasi ini menunjukkan audiens yang aktif, reflektif, dan turut membangun makna dalam ruang digital.

Tabel 1. Komentar Audiens pada Podcast “Escape” Episode Felix Siauw

No	Eps	Nama Akun	Komentar	Kategori Respon
1	6	@n*d067	Aku suka analogi Felix masuk akal.easy to digest.Salam dari MY	Afirmasi (Cognitive Appreciation)
2	4	@di*ahsundusiah6480	Suka banget saat ust.felix nanya ke raymond.terus raymond bilang gak “ngerti” orang secerdas ini aja klo gak ngerti dia bilang	Interaktif-Argumentatif R ingan

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad)

			gak ngerti gak kayak org2	
3	6	@cheesecoklut8279	Gak berat, malah ini berbobot isinya dan sangat dibutuhkan	Afirmasi (Persuasif&Emotional Support)

Transformasi Dakwah Di Era Digital

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam pola dakwah kontemporer. Transformasi ini tampak jelas pada bergesernya pola interaksi antara da'i dan mad'u dari ruang ruang fisik menuju ekosistem digital yang lebih dinamis dan partisipatif. Media digital membuka ruang dialog yang bersifat dua arah, sehingga hubungan antara penyampai pesan dan penerima pesan tidak lagi bersifat hierarkis sebagaimana dakwah tradisional.¹⁵ Pola komunikasi dua arah ini menunjukkan bahwa ruang digital telah mendemokratisasi praktik dakwah, karena otoritas da'i tidak lagi semata-mata bergantung pada legitimasi keilmuan, tetapi juga pada kredibilitas digital yang dibangun melalui konsistensi konten, responsivitas, dan kemampuan berinteraksi dengan audiens.¹⁶

¹⁵ Marwa Ulfa, "Transformasi Komunikasi Dakwah Dan Pengaruhnya Terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim Di Indonesia," *NAHNU: Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 385–99, <https://doi.org/10.63875/nahnu.v2i2.58>.

¹⁶ Siti Fatima and Mad Sa'i, "Strategi Komunikasi Dengan Pendekatan Audience-Centered Dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan Pada Sharing Session Bingkis Ramadhan Di Pamekasan, Madura," *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2025): 1215–28, <https://doi.org/10.63822/bmx7ba23>.

Perubahan pola interaksi tersebut berdampak langsung terhadap cara audiens memahami ajaran agama dalam ruang publik digital. Media digital yang bersifat cepat, visual, dan ringkas membuat audiens sering memahami konten keagamaan melalui potongan video, highlight ceramah, atau caption singkat yang disebarluaskan melalui algoritma platform. Pola konsumsi ini menciptakan persepsi keagamaan yang lebih praktis, namun berpotensi menyederhanakan nilai-nilai agama jika dipahami tanpa konteks yang memadai. Meskipun demikian, ruang digital tetap membuka peluang bagi terbentuknya interpretasi keagamaan yang lebih luas dan partisipatif, karena audiens dapat menyampaikan pengalaman, pandangan, bahkan perbedaan interpretasi secara terbuka dalam kolom komentar atau forum diskusi.

Dengan demikian, ruang digital bukan hanya menjadi media penyebaran dakwah, tetapi juga arena negosiasi makna yang memungkinkan audiens membentuk pemahaman agama secara kolektif sesuai pengalaman dan konteks mereka. Pada akhirnya, efektivitas dakwah digital sangat bergantung pada kemampuan da'i menyeimbangkan autentisitas ajaran agama dengan dinamika komunikasi digital yang cepat, terbuka, dan dipengaruhi interaksi publik.

Penampilan Visual dan Kredibilitas Da'i Dalam Ruang Digital

Dalam konteks dakwah digital, kredibilitas dan penampilan visual da'i menjadi dua aspek yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Pada platform seperti YouTube, otoritas keagamaan tidak hanya dibangun melalui kompetensi keilmuan atau legitimasi institusional, tetapi juga melalui performativitas komunikasi, visualitas, dan cara da'i berinteraksi dengan audiens. Media digital yang bersifat partisipatif menciptakan kondisi dimana kredibilitas da'i bukan lagi atribut statis, melainkan konstruksi sosial yang dibentuk melalui konsumsi konten, respons audiens, dan kesan yang tercipta dari tampilan visual maupun verbal. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kredibilitas Felix Siauw dalam Podcast *Escape* bersama Raymond Chin terbentuk melalui gaya komunikasi yang sederhana, sistematis, dan relevan dengan pengalaman hidup anak muda. Analisis transkrip Episode 7 menunjukkan bahwa penjelasan Felix sering menggunakan pendekatan

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad)

bertahap (*step by step*), tidak menggurui, dan menekankan proses belajar berkelanjutan. Narasi semacam ini menempatkan Felix sebagai figur religius yang rendah hati dan dekat secara emosional dengan audiens. Sikap ini memperkuat jalur persuasif sentral melalui argumentasi yang jelas, sekaligus jalur persuasif perifer melalui kesan personal yang hangat dan autentik.

Persepsi audiens terhadap kredibilitas juga dapat diamati melalui komentar penonton yang mengekspresikan apresiasi terhadap kejelasan penjelasan, kesabaran, dan gaya komunikasinya. Respons positif, likes, dan konsistensi engagement pada Episode 7 memperlihatkan bahwa kredibilitas Felix bukan hanya hasil dari otoritas keagamaannya, tetapi juga penerimaan publik yang terus menerus dinegosiasikan melalui interaksi digital. Fenomena ini mendukung gagasan bahwa di era digital, kredibilitas tidak hanya bersumber dari kualifikasi formal, tetapi diproduksi oleh relasi dinamis antara da'i, konten, dan audiens.¹⁷

Transkrip1(Escapeepisode):7

Felix: “Saya juga dulu nggak langsung paham semua. Yang penting itu terus belajar, sambil memperbaiki diri pelan-pelan. Nggak ada yang tiba-tiba sempurna.”

Potongan transkrip tersebut memperlihatkan bahwa kredibilitas Felix dibangun melalui penjelasan agama yang sederhana dan bertahap sekaligus melalui sikap rendah hati dan kedekatan emosional dengan audiens. Penjelasan yang logis serta penyampaian yang tidak menggurui membuat ajaran terasa ringan dan relevan bagi anak muda, sehingga memadukan jalur persuasif sentral dan perifer dalam membentuk kesan sebagai da'i yang hangat dan meyakinkan di ruang digital.¹⁸

¹⁷ Qomar Abdurrahman and Dudi Badruzaman, “Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital,” *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62, <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>.

¹⁸ Firman Maulidna et al., “Etika Dakwah Di Media Digital : Tantangan Dan Solusi,” *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 3, no. 2 (2025): 315–36, <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>.

Selain kredibilitas verbal, penampilan visual Felix dalam podcast juga berperan signifikan dalam membentuk kenyamanan dan kedekatan audiens. Observasi visual menunjukkan bahwa busana kasual, ekspresi wajah yang tenang, gestur minimalis, serta posisi duduk sejajar dengan host menciptakan suasana dialogis yang egaliter. Visual yang natural ini menghilangkan jarak hierarkis yang biasanya muncul dalam format dakwah tradisional, sehingga pesan keagamaan terasa lebih ringan, personal, dan mudah diterima oleh generasi muda. Pengaturan studio yang sederhana dan gaya pengambilan gambar yang stabil turut memperkuat kesan bahwa dakwah adalah percakapan yang bersifat humanis, bukan instruksi satu arah.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya, seperti penelitian Kristalia Sabita yang menunjukkan bahwa konten dakwah Felix Siauw diterima positif karena visual yang menarik, sistematika penjelasan, dan gaya komunikasi yang lugas.¹⁹ Demikian pula, penelitian Nelsya Winanda serta Tsania Mishbahun Naila dan Primi Rohimi menegaskan pentingnya elemen visual dalam meningkatkan pemahaman dan literasi keagamaan audiens digital, terutama mereka yang terbiasa dengan konsumsi media audio visual.²⁰ Literatur ini memperkuat bahwa penampilan visual bukan sekadar aspek estetika, tetapi bagian dari strategi komunikasi dakwah yang memengaruhi penerimaan pesan secara kognitif maupun emosional. Dengan demikian, hasil penelitian memperlihatkan bahwa kredibilitas dan penampilan visual bekerja secara komplementer dalam membentuk citra dan otoritas Felix Siauw sebagai da'i digital. Kompetensi keagamaan yang disampaikan melalui bahasa yang sederhana dan rendah hati diperkuat oleh visual yang santai dan setara, sehingga menghasilkan kesan figur da'i yang autentik dan relevan bagi anak muda. Integrasi antara substansi pesan dan estetika visual menjadi kunci keberhasilan

¹⁹ Kristalia Sabita Rasadi et al., "Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Konten Dakwah Ustadz Felix Siauw Di Media Sosial," *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dan Media* 4, no. 01 (2025): 20–28.

²⁰ Tsania Mishbahun Naila and Primi Rohimi, "Digital Da'wah: The Role of Youtube in Enhancing Religious Literacy among Nahdlatul Ulama Youth," *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 8, no. 2 (2024): 137–49, <https://doi.org/10.30983/fuaduna.v8i2.9028>.

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad)

dakwah digital dalam menjangkau audiens luas, menciptakan kedekatan emosional, dan mempertahankan legitimasi di ruang publik digital.

D. KESIMPULAN

Respons audiens terhadap dakwah Felix Siauw dalam Podcast *Escape* menunjukkan apresiasi yang kuat karena penyampaiannya dinilai logis, relevan, dan mudah diikuti. Pendengar tidak hanya menerima pesan secara pasif, tetapi juga melakukan refleksi dan memperkuat pemahaman agama. Kemampuan Felix menghubungkan ajaran Islam dengan aspek psikologis dan realitas sosial membuat dakwah terasa dekat dengan kebutuhan generasi muda. Kombinasi kredibilitas personal, narasi emosional, dan argumentasi rasional menjadikan pesannya diterima secara lebih mendalam dalam ruang digital yang interaktif. Keberhasilan dakwah tidak hanya berasal dari otoritas keagamaan, tetapi juga dari cara Felix mengemas pesan melalui percakapan santai, cerita personal, estetika media, dan strategi persuasi. Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji ideologi yang melandasi konten dakwah Felix serta membandingkan otoritas da'i lulusan pesantren dan non-pesantren untuk memahami konstruksi otoritas dan penerimaan audiens dalam dakwah digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Qomar, and Dudi Badruzaman. "Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital." *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2023): 152–62. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>.
- Adinda, Rinanda, Achiriah, and Abdul Rasyid. "Analisis Pesan Self Love Dalam Lirik Lagu Answer : Love Myself Produced By Beyond the Scene (Bts)." *Jurnal AT-TAZAKI, Universitas Negeri Sumatera Utara* 6, no. 1 (2022): 21–42.
- Andini, Ilham Putri, Fahma Nurul Hamida, and Andhita Risiko Faristiana. "PERUBAHAN DAKWAH DI ERA DIGITAL." *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora* 1, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i2.375>.
- Dinda Ayu Triani, Mumtaz Ali Ridha Al Munawar, Rahma Amelia, Syahla Aulia Syahida, Zahra Nabilatu Azkia, and Edi Suresman. "Dakwah Di Kalangan Anak Muda: Menjaga Identitas Islam Di Era Digital." *Perspektif: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Bahasa* 3, no. 1 (2025): 295–305. <https://doi.org/10.59059/perspektif.v3i1.2206>.
- Fasya, Fakhri Ghiffari, Uwoh Saepuloh, and Aang Ridwan. "Dakwah Simbolik Kaos Izma Muslim," n.d.
- Firman Maulidna, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, and Muhammad Saleh. "Etika Dakwah Di Media Digital : Tantangan Dan Solusi." *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam* 3, no. 2 (2025): 315–36. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>.
- Khalis, Nur, Icha Rastika. "Petani Jadi Penyumbang Angka Kemiskinan." *Kompas.com*, n.d.
- Masruuroh, Lina. *Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah Konteks Indonesia*. Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Naila, Tsania Mishbahun, and Primi Rohimi. "Digital Da'wah: The Role of Youtube in Enhancing Religious Literacy among Nahdlatul Ulama Youth." *Jurnal Fuaduna : Jurnal Kajian Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 8, no. 2 (2024): 137–49. <https://doi.org/10.30983/fuaduna.v8i2.9028>.
- Permata, Disna Haristya, Elly Manika Maya Mahadi, Intania Poerwaningtias, and Mia Ayu Iswandariwati. "Komunikasi Persuasi Melalui Media Sosial Instagram." *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi* 14, no. 1 (2025): 1–13.
- Rasadi, Kristalia Sabita, Annisa Hanifa, Maharani Bintang Nagari, and Muhammad Rikzam Kamal. "Analisis Sentimen Masyarakat Terhadap Konten Dakwah Ustadz Felix Siauw Di Media Sosial." *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dan Media* 4, no. 01 (2025): 20–28.
- Sari, Afna Fitria. "Dakwah Online Dan Perubahan Sosial Di Era Digital." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4 (2022): 786–95.
- Siauw, Ustad Felix, Muhammad Fahmi, Achmad Syarifudin, and Anang Walian. "Strategi Dakwah Digital Dalam Podcast Escape" 23, no. 2 (2025): 95–105.
- Siti Fatima, and Mad Sa'i. "Strategi Komunikasi Dengan Pendekatan Audience-Centered Dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan Pada Sharing Session

Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis.... (Nurhalimah dan Muhammad)

Bingkis Ramadhan Di Pamekasan, Madura.” *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1, no. 4 (2025): 1215–28. <https://doi.org/10.63822/bmx7ba23>.

Ulfa, Marwa. “Transformasi Komunikasi Dakwah Dan Pengaruhnya Terhadap Praktik Keagamaan Masyarakat Muslim Di Indonesia.” *NAHNU: Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies* 2, no. 2 (2024): 385–99. <https://doi.org/10.63875/nahnu.v2i2.58>.