

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dakwah adalah kegiatan membawa pesan yang tentu memiliki berbagai macam karakteristik pembawanya. Kegiatan ini sangat sakral dan suci, tentu tak jauh dari pengertiannya yang secara etimologis digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan tujuannya kepada Allah swt., yang dilakukan para Nabi, Rasul serta orang-orang yang telah beriman dan beramal shaleh¹. Dalam konsep dakwah secara keseluruhan yaitu *Amr Ma'ruf Nahi Munkar* yang memiliki arti mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan atau kemunkaran.

Dakwah Islam memiliki peran penting dalam menyebarkan nilai-nilai ajaran Islam kepada masyarakat. Peran dakwah menjadi lebih krusial di era modern, di mana informasi dapat dengan mudah diakses melalui berbagai media, terlebih media sosial sehingga pesan-pesan dakwah pun harus mampu bersaing dengan beragam konten lainnya. Selain isi pesan dalam dakwah, cara penyampaiannya pun juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi penerimaan masyarakat. Dengan hal ini, komunikasi dalam perbedaan gaya

¹ Muhammad Qadaruddin, "Pengantar Ilmu Dakwah," CV. Penerbit Qiara Media, 2019, <http://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/1165/>.

antara laki-laki dan perempuan tentu memengaruhi bagaimana pesan dakwah diterima oleh jamaah.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا

“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang Laki-laki dan Perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal.....” (Q.S Al-Hujurat: 13).²

Konsep dan pengertian gender sudah ada di dalam Al- Qur’an, salah satunya dari Q.S Al-Hujurat ayat 13. Saat kita mendengar kata ‘gender’, secara tidak langsung terlintas di pikiran kita yaitu perihal jenis kelamin. Dalam buku *Manifestasi Gender dalam Buku Ajar* karya Fadhila Yonata menyebutkan gender dapat diartikan menjadi dua sisi, tergantung ke arah mana tujuan kita. Namun secara keseluruhan, gender dimaknai sebagai penggolongan sikap serta perilaku sosial yang didasarkan oleh jenis kelamin yang bersifat relatif tergantung latar belakang seseorang.³

Gender juga disebutkan sebagai perbedaan simbolis yang bertopang pada perbedaan seks tetapi tidak selalu identik sama terhadap masing-masing individu.⁴ Mengenai hal ini, penulis melihat adanya peluang perbedaan dalam gaya komunikasi antar gender dalam penyampaian dakwah Islam. Terlebih

² Al-Qur’an dan Terjemahannya, Departemen Agama Republik Indonesia, Q.S. Al-Hujurat [49]:13.

³ Fadhila Yonata, *Manifestasi Gender dalam Buku Ajar* (Sulur Pustaka, 2020), 10.

⁴ Netty Dyah Kurniasari, *Gender dalam Komunikasi (Bahasa, Pesan dan Media)* (Penerbit Karya Bakti Makmur Indonesia, 2021), 2.

dengan dipengaruhinya latar belakang, lingkungan, dan peran di masyarakat yang beragam membuat gaya komunikasi antara laki-laki dan perempuan menjadi berbeda.

Gaya komunikasi gender merujuk pada karakteristik komunikasi yang khas antara laki-laki dan perempuan. Dalam buku yang berjudul *You Just Don't Understand : Women and Men in Conversation* karya Deborah Tannen, Laki-laki cenderung berkomunikasi secara langsung, terarah, dan fokus pada pemecahan masalah, sedangkan perempuan lebih sering mengutamakan empati, emosi, dan keterhubungan dalam perasaan⁵.

Perbedaan ini tidak hanya menciptakan dinamika komunikasi yang beragam, tetapi juga berpotensi memberikan dampak signifikan dalam penyampaian dakwah. Hal ini juga terdapat dalam penelitian Ellys (2022), menyatakan Kedua gender ini dibedakan menjadi dua kategori yaitu maskulin dan feminim⁶ yang menghadapi dan dihadapi oleh berbagai macam jenis dampak dari pengaruh perbedaan gaya komunikasi, hal ini tentu menjadi poin penting untuk memahami bagaimana perbedaan gaya komunikasi gender dapat mempengaruhi penerimaan dan interpretasi pesan dakwah di kalangan masyarakat.

Di Indonesia sendiri, dakwah dilakukan oleh ustadz maupun ustadzah, dengan gaya komunikasi yang berbeda. Penelitian Nafilah Sufla, Muallifah, dan

⁵ Deborah Tannen, *You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation* (Ballantine Books, 1990), 55.

⁶ Ellys Lestari Pambayun dan Nasaruddin Umar, "Rekonsepsi Komunikasi Gender dalam Al-Qur'an," *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 3, no. 02 (2022): 13.

Afifullah (2023), dalam jurnal *Perempuan dan Dakwah*⁷ mengungkapkan bahwa seorang ustadzah cenderung menggunakan pendekatan yang lebih empatik dan terfokus pada hubungan emosional dengan audiens, yang dinilai lebih diterima oleh kalangan ibu-ibu dan remaja perempuan, materi keislaman yang berkaitan dengan perempuan. Di sisi lain, ustadz cenderung menyampaikan dakwah dengan gaya yang lebih langsung dan tegas, yang mana secara pesan pun langsung kepada inti pembicaraan dan sangat jarang memberikan nilai empatik seperti mengaitkan hal dirinya kepada khalayak banyak. Penyampaian oleh ustadz pun seringkali lebih efektif dalam menarik perhatian kelompok audiens yang mengutamakan kejelasan pesan.

Kota Banjarmasin, kota yang dikenal sebagai Kota Seribu Sungai, memiliki karakteristik religiusitas yang sangat kuat dengan tradisi majelis taklim yang menjamur di setiap sudut kota. Namun, efektivitas dakwah di wilayah ini tidak hanya ditentukan oleh kedalaman ilmu agama sang pendakwah, melainkan juga oleh gaya komunikasi yang digunakan untuk menyentuh sosiokultural masyarakat Banjar.

Dalam Islam, tentunya kesetaraan gender sudah sangat transparan, gender tidak dapat menghalangi seseorang dalam berdakwah asal masih dalam syariat agama Islam, hal ini dikemukakan oleh Susanti Hasibuan (2022), yang

⁷ Nafilah Sufla, Muallifah, dan Afifullah "Perempuan dan Dakwah (Analisis Dakwah Perempuan di Media Sosial dalam Pandangan Al-Quran dan dunia Pendidikan)," *Proceedings of the 7th International Conference on Islamic Studies (ICONIS) 2023*, 18 Juli 2023, 90–92.

merupakan bagaimana urgensi peran gender dalam dakwah.⁸ Begitu juga yang dibahas dalam studi Machyudin dan Susri, dalam jurnal *Bahasa Dalam Komunikasi Gender* (2021), menunjukkan bahwa pendekatan yang berbeda antara ustadz dan ustadzah dapat mengakomodasi preferensi komunikasi audiens yang berbeda pula.⁹ Hal dalam jurnal ini menyebutkan bagaimana komunikasi anak dan orang tua berdasarkan gender masing-masing.

Berdasarkan pengamatan awal, terdapat indikasi kontras gaya komunikasi yang menarik untuk dikaji pada dua tokoh dakwah populer di Banjarmasin, yaitu Ustadz KH. Qomaruddin (yang akrab disapa Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar. Dalam penelitian ini menekankan pentingnya memahami gaya komunikasi gender agar dakwah Islam dapat diterima secara lebih luas dan efektif.

Penelitian mengenai peran gaya komunikasi gender dalam dakwah Islam masih terbatas. Penelitian oleh Munawir (2023) dalam *Jurnal Komunikasi Antar Jender*, menyatakan bahwa terdapat berbagai macam perbedaan gaya berkomunikasi antara perempuan dan laki-laki. Ustadzah sering kali menggunakan pendekatan yang lembut, intens dan inklusif, yang tentunya dapat meningkatkan keterhubungan emosional dengan audiens khususnya para perempuan.¹⁰ Di sisi lain, ustadz cenderung berfokus pada penyampaian

⁸ Susanti Hasibuan, "Kesetaraan Gender Dan Dominasi Laki-Laki: Konstruksi Peran Perempuan Dalam Dakwah," *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 2, no. 02 (2022): 26.

⁹ Machyudin Agung Harahap dan Susri Adeni, "Bahasa Dalam Komunikasi Gender," *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 8, no. 2 (2021): 9.

¹⁰ Munawir Munawir, "Komunikasi Antar Jender," *Ameena Journal* 1, no. 1 (2023): 58–60.

informasi secara lugas dan langsung. Studi oleh Yulia Warda jurnal penelitian yang berjudul Perbedaan gender dan gaya Komunikasi Penceramah Dalam Program Trans Tv Islam Itu Indah, juga menyebutkan perbedaan gender dapat membuat karakter seseorang berbeda sesuai keadaan sosial budaya maupun status dalam masyarakat.¹¹ Kajian ini menegaskan bahwa perbedaan gender dalam gaya komunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan pesan dakwah, sehingga menambah urgensi penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

Pemilihan Guru Busu (ustadz Qamaruddin) sebagai subjek penelitian didasarkan pada gaya komunikasinya yang sangat khas yaitu seringkali menggunakan dialek Banjar yang *blak-blakan* dan penyampaiannya lugas namun komunikatif. Di sisi lain, ustazah Qudsi A. Mukhyar mewakili figur pendakwah perempuan dengan gaya komunikasi cenderung lembut dan penuh empati, yang sangat kuat pengaruhnya di kalangan jamaah perempuan di Banjarmasin. Kedua tokoh ini dipilih sebagai representasi penelitian karena memiliki basis massa yang besar namun menunjukkan perbedaan karakter komunikasi yang diduga kuat memiliki keterkaitan dengan tipologi gender masing-masing.

Urgensi penelitian ini terletak pada bagaimana konstruksi pesan dibentuk oleh identitas gender masing-masing pendakwah. Melalui pendekatan

¹¹ Yulia Warda Halimatun Syakdiah Rukmana Prasetyo, "Perbedaan Gender Dan Gaya Komunikasi Penceramah Dalam Program Trans Tv Islam Itu Indah," *Taushiah: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Kemasyarakatan* 12, no. 1 (2022): 139, <https://doi.org/10.30743/taushiah.v12i1.5895>.

semiotika, peneliti ingin membedah tanda-tanda (*signs*) gaya komunikasi gender, baik secara verbal maupun non-verbal. Hal ini penting untuk mengungkap bagaimana teori '*Genderlect*' dari Deborah Tannen termanifestasi dalam konteks dakwah lokal di Banjarmasin.

Dengan penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman dan pandangan lebih dalam mengenai pengaruh gaya komunikasi gender dalam konstruksi pesan dakwah Islam. Hal ini juga selaras dengan penelitian *Kesetaraan Gender dalam Perspektif Hukum Islam* oleh Asniah, Yeni Huriani, dan Eni Zulaiha (2023, hlm 30). Dimana kesetaraan gender dalam Islam mengenai dakwah tak melihat pada gender¹², dikarenakan perempuan juga mempunyai hak yang sama dengan laki-laki dalam hal mendapat dan memberi ilmu pengetahuan. Selain itu referensi dari Tannen (1990) dan hasil penelitian Machyudin dan Susri (2021, hlm. 9) memberikan landasan teoritis yang dapat mendukung analisis mengenai bagaimana perbedaan gaya komunikasi gender dapat berdampak pada karakteristik tanda yang khas oleh pendakwah.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi para ustadz maupun ustadzah dalam mengenali keberagaman gaya komunikasi gender. Dengan membedah karakteristik komunikasi Guru Busu dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar secara semiotis, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan potret komprehensif mengenai strategi komunikasi dakwah yang

¹² Asniah Asniah dkk., "Kesetaraan Gender Perspektif Hukum Islam," *Socio Politica : Jurnal Ilmiah Jurusan Sosiologi* 13, no. 1 (2023): 30, <https://doi.org/10.15575/socio-politica.v13i1.25388>.

inklusif dan beragam di tengah dinamika sosiokultural masyarakat di Banjarmasin.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis melakukan penulisan dengan judul “Gaya Komunikasi Gender Dalam Penyampaian Dakwah Islam Ustadz-Ustadzah di Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana karakteristik tanda gaya komunikasi gender dalam pesan dakwah Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar di Banjarmasin?
2. Bagaimana perbedaan konstruksi pesan dakwah antara Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar ditinjau dari perspektif semiotika?

C. Tujuan Penelitian

Melihat pada rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini

1. Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan karakteristik tanda (*signs*) gaya komunikasi gender dalam pesan dakwah Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar di Banjarmasin.
2. Untuk menganalisis perbedaan konstruksi pesan dakwah antara Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar ditinjau dari perspektif semiotika.

D. Signifikasi Penulisan

1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap dari penulisan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang Komunikasi Gender dan Ilmu Dakwah. Penelitian ini memperkaya literatur mengenai penerapan teori *Genderlect* (Deborah Tannen) melalui pendekatan semiotika untuk membedah karakteristik pesan dakwah. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berfokus pada analisis teks dan tanda dalam diskursus keagamaan di ranah lokal.

2. Manfaat Praktis

Penulis berharap hasil daripada penulisan ini akan menjadi sarana bagi penulis untuk mengimplementasikan teori komunikasi gender dan metode analisis semiotika secara nyata dalam fenomena dakwah di masyarakat. Bagi para praktisi dakwah, baik ustadz maupun ustadzah di Banjarmasin, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi cerminan sekaligus referensi dalam mengenali keragaman karakteristik komunikasi berbasis gender agar mampu mengonstruksi pesan yang lebih variatif dan adaptif.

Terakhir, bagi kalangan akademisi dan institusi, khususnya di lingkungan UIN Antasari Banjarmasin, karya ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai dinamika gaya komunikasi tokoh dakwah lokal yang relevan dengan perkembangan studi Komunikasi dan Penyiaran Islam saat ini

E. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa istilah kunci yang perlu didefinisikan secara operasional untuk memberikan pemahaman yang spesifik dan jelas mengenai konsep-konsep yang digunakan. Definisi operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Gaya Komunikasi

Yang dimaksud gaya Komunikasi dalam penelitian ini adalah bentuk komunikasi, dalam konteks ini merujuk pada gaya yang digunakan oleh ustadz Qamaruddin (guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar, untuk menyampaikan pesan atau dakwah beliau. Dengan hal ini, gaya komunikasi dapat mencakup verbal yaitu pilihan kata yang di gunakan dalam penyampain pesan, intonasi suara, serta cara berbicara yang mencerminkan perbedaan gender dan gaya non verbal yang menunjukkan ekspresi wajah, simbol dan kinetik (gerak tubuh). Gaya komunikasi yang dimaksudkan di sini adalah karakteristik cara berbicara atau berinteraksi yang mencerminkan norma dan peran gender yang ada dalam penyampaian dakwah, baik itu dari perspektif laki-laki maupun perempuan.

Secara operasional, gaya komunikasi gender dalam penyampaian dakwah Islam akan melihat bagaimana perbedaan gender (laki-laki dan perempuan) memengaruhi cara mereka berbicara, menyusun atau membangun pesan dakwah, dan mempengaruhi performa komunikasi mereka dalam penyampaian dakwah.

2. Gender

Gender adalah identitas individu. Namun dalam hal ini juga merujuk pada kategori peran dan norma sosial yang dibangun oleh masyarakat terkait dengan jenis kelamin seseorang. Perlu di ketahui gender berbeda dengan jenis kelamin. Jenis kelamin bersifat biologis dan berkaitan dengan karakteristik fisik, seperti berdasarkan alat kelaminnya laki-laki atau perempuan. Gender lebih bersifat sosial dan budaya, mengacu pada bagaimana masyarakat mengharapkan individu untuk berinteraksi, berpikir, dan berperilaku berdasarkan identitas mereka, laki-laki atau perempuan. Secara historis, Konsep gender ini pertama kali dikemukakan oleh Ann Oakley sosiolog asal Inggris. Ia membedakan antara gender dan seks yang mana seks atau jenis kelamin dilihat dari ciri biologisnya sementara gender mengarah pada simbol atau ciri perilaku identitas yang tidak selalu identik pada tiap individu.¹³

Secara operasional, gender dalam penelitian ini dilihat sebagai variabel utama yang melahirkan perbedaan gaya bahasa (*genderlect*). Peneliti tidak hanya melihat subjek sebagai laki-laki (Ustadz Qamaruddin) atau perempuan (Ustadzah Qudsi) secara fisik, melainkan bagaimana identitas gender tersebut terwujud dalam cara mereka berpikir, berperilaku, dan terutama dalam cara mereka mengonstruksi tanda-tanda komunikasi baik secara verbal ataupun non verbal saat menyampaikan pesan dakwah.

¹³ Kurniasari, *Gender dalam Komunikasi (Bahasa, Pesan dan Media)*, 2.

3. Gaya Komunikasi Gender

Gaya komunikasi Gender adalah bentuk komunikasi yang berfokus pada cara seorang individu mengonstruksi pesan sesuai dengan identitas gendernya. Dalam istilah gaya yaitu merujuk kepada manifestasi tanda-tanda, bagaimana seorang individu berkomunikasi sesuai dengan gendernya dengan gaya bahasa, gaya bicara, gesture tubuh sesuai dengan gendernya (laki-laki atau perempuan) dilihat dari pembagian *Rapport Talk* yang merujuk pada simpati dan hubungan lalu *Report talk* berarti lebih menunjukkan otoritas dan kepercayaan diri. Karena kebanyakan laki-laki tidak berbicara banyak tentang hubungan seperti perempuan sering lakukan.¹⁴

Peran gaya gender dalam berkomunikasi juga penting dalam perihal non verbal, misalnya gaya gender yang perempuan condong menampilkan ketertarikan ketika berbicara adalah senyuman atau rasa simpati kepada jamaah. Sedangkan laki-laki lebih menampilkan gesture yang maskulin ketika percaya diri dengan dirinya saat berkomunikasi, misalnya fokus pada penyampaian informasi dengan tegas. Secara operasional, gaya komunikasi gender dalam penelitian ini akan dianalisis melalui performa komunikasi dan konstruksi tanda yang dilakukan oleh Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar dalam menyampaikan dakwah Islam di Banjarmasin.

¹⁴ Kathleen Michel, "Conversation on-line: Girls' rapport talk and boys' report talk," *Women and Language* 17, no. 1 (1994): 30–36.

4. Dakwah Islam

Dakwah secara terminologi adalah seruan atau ajakan kepada orang lain agar berbuat suatu kebaikan (*Amr Ma'ruf Nahi Munkar*). Dakwah sangat erat hubungannya dengan agama Islam, karena Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu (*Da'a- Yad'u*) yang artinya menyeru atau mengajak. Dalam konteks penelitian ini, dakwah Islam dipahami sebagai sebuah proses komunikasi yang mengandung sistem tanda (*sign*), baik verbal maupun non-verbal, yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran Islam oleh Ustadz maupun Ustadzah.

Dalam istilah Dakwah Islam merujuk pada membangun pesan yang berisi ajakan atau seruan untuk memeluk agama Islam, menaati ajaran yang terkandung di dalam agama Islam, dan hal-hal yang berhubungan dengan Agama Islam. Dalam penelitian ini, istilah dakwah Islam difokuskan pada performa komunikasi yang diproduksi oleh subjek penelitian, yaitu Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar. Peneliti memposisikan dakwah bukan sebagai proses interaksi sosial dua arah, melainkan sebagai sebuah teks yang mengandung karakteristik *genderlect* yang dapat dianalisis secara semiotis.

5. Ustadz-Ustadzah di Banjarmasin

Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan Ustadz-Ustadzah di Banjarmasin adalah penceramah atau seorang *Da'i* laki-laki (ustadz) dan perempuan (ustadzah) yang secara aktif menyampaikan dakwah Islam berdakwah kepada masyarakat di Kota Banjarmasin. Subjek dalam penelitian ini dipilih secara *purposive*, bertujuan untuk merepresentasikan dikotomi gaya komunikasi gender (*genderlect*), yang

secara spesifik merujuk pada Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) sebagai representasi pendakwah laki-laki dan Ustadzah Qudsi A. Mukhyar sebagai representasi pendakwah perempuan.

Keduanya dipilih berdasarkan keterlibatan sosialnya sebagai pendakwah yang konsisten, baik melalui media tatap muka di majelis taklim maupun melalui media daring seperti *live streaming* YouTube. Fokus kajian pada kedua tokoh ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana performa komunikasi serta manifestasi tanda dakwah mereka terbentuk dalam kaitannya dengan konstruksi gender masing-masing.

F. Penelitian Terdahulu

Penulisan terdahulu di buat agar menghindari segala bentuk kesamaan dengan karya yang sudah ada sebelumnya. Penulisan terdahulu juga menjadi bahan masukan kepada kepenulisan penulis sendiri, penulis telah mengambil beberapa skripsi yang ada relevansinya dengan penulisan yang ditulis dan diteliti oleh penulis.

Jurnal yang ditulis oleh Susanti Hasibuan.¹⁵ Dengan judul "*Kesetaraan Gender Dan Dominasi Laki-Laki: Konstruksi Peran Perempuan Dalam Dakwah,*". Hasil dari Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui konsep kesetaraan gender dalam agama Islam, terutama dalam konsep dakwah dan penyiaran agama Islam. Di sebutkan berkenaan dengan kajian Al-Quran, yang didalamnya tidak memandang gender Laki-laki maupun Perempuan dalam penyiaran Dakwah Islam.

¹⁵ Hasibuan, "Kesetaraan Gender Dan Dominasi Laki-Laki," 26–27.

Di dalam penelitian ini memiliki kesamaan dalam penulisan ini yaitu dalam hal objek gender dalam penyampaian Dakwah Islam. Adapun perbedaannya terletak pada fokus penulisan,. Susanti Hasibuan memfokuskan penulisannya pada pola kesetaraan gender dalam Agama Islam dan pendominasian Laki-laki ketimbang Perempuan dalam penyampaian Dakwah Islam. Sedangkan penulisan ini lebih fokus ke gaya komunikasi gender dalam penyampaian Dakwah Islam.

skripsi karya Muhammad Al Haddad Winata berjudul “*Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)*”¹⁶ yang membahas bagaimana gaya komunikasi Ustadz Hanan dalam berdakwah melalui IGTV dengan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan teori gaya komunikasi Kreitner dan Knicki, yakni *assertive*, *aggressive*, dan *passive*. Hasilnya menunjukkan bahwa Ustadz Hanan lebih dominan menggunakan gaya *assertive* dan *passive*, ditandai dengan bahasa yang lembut, sopan, penuh harapan, serta penggunaan istilah kekinian yang dekat dengan generasi muda.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu sama-sama meneliti gaya komunikasi dakwah dengan pendekatan kualitatif, namun berbeda dalam objek dan fokus kajian. Penelitian Muhd Al Haddad hanya menyoroti satu tokoh laki-laki dalam konteks media sosial, sedangkan penelitian ini membandingkan gaya komunikasi antara ustadz dan ustadzah secara langsung

¹⁶ Al Haddad Winata Muhd, “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (igtv)” (PhD Thesis, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2020), <https://repository.umj.ac.id/4517/1/Muhd%20A1%20Haddad%20Winata.pdf>.

di Banjarmasin dengan memperhatikan perbedaan gender, sehingga memberikan perspektif yang lebih luas terkait peran gender dalam komunikasi dakwah Islam.

Skripsi karya Nopi Irawan yang berjudul “*Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Ahmad Taufik Hasnuri*”.¹⁷ Penelitian ini membahas tentang gaya komunikasi yang digunakan oleh Ustadz Ahmad Taufik Hasnuri dalam menyampaikan dakwah melalui kanal YouTube "Mang Dayat". Ustadz Ahmad dikenal menggunakan logat daerah Palembang dan pendekatan humor yang khas, sehingga mampu menarik perhatian jamaah, bahkan dari kalangan yang tidak memahami bahasa Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Ahmad menggunakan berbagai gaya komunikasi seperti *open style*, *dominant style*, *relaxed style*, *attentive style*, dan *friendly style*, yang membuat ceramahnya terasa ringan, komunikatif, dan efektif dalam menyampaikan pesan dakwah.

Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama menyoroti efektivitas gaya komunikasi dalam penyampaian dakwah Islam dan menggunakan pendekatan kualitatif. Namun, terdapat perbedaan yang cukup mendasar. Penelitian Nopi hanya berfokus pada satu tokoh laki-laki dan menonjolkan aspek budaya lokal dalam konteks dakwah digital. Sementara itu, penelitian ini akan membandingkan gaya komunikasi antara ustadz dan ustadzah dalam konteks dakwah langsung di Banjarmasin, serta mengaitkannya dengan

¹⁷ Nopi Irawan dkk., “Gaya komunikasi Dakwah ustadz Ahmad Taufik hasnuri” (PhD Thesis, Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023), <https://e-theses.iaincurup.ac.id/id/eprint/3909>.

perspektif gender. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap kajian komunikasi dakwah, khususnya dalam memahami pengaruh perbedaan gender terhadap gaya penyampaian pesan keislaman kepada masyarakat.

Skripsi yang ditulis oleh Nur Asiah¹⁸, yang berjudul “*Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam Product Endorsement di Instagram*” Hasil dari penulisan ini ialah Gaya komunikasi selebgram perempuan tidak hanya sebatas untuk memasarkan produk agar dibeli konsumen dengan metode *The Controlling Style*. Namun didalamnya terdapat juga ciri *genderlect* Theory bahwa Selebgram tersebut memasarkan produk *endorsement* dengan gaya Feminim.

Kesamaan penulisan Nur Asiah yaitu terdapat pada gaya Komunikasi yang merujuk pada suatu gender yaitu perempuan dalam menyiarkan sesuatu ke khalayak umum. Dan perbedaan penulisan terletak pada fokus penulisannya, Nur Asiah memfokuskan penulisannya pada gaya komunikasi yang dipakai Selebgram Anggarita untuk memasarkan produk *Endorsement*. Sedangkan penulisan ini lebih fokus ke gaya komunikasi antar dua gender yaitu perempuan dan laki-laki dalam penyiaran dakwah Islam.

Skripsi oleh Novi Nikmatul Nur Chasanah.¹⁹ Dengan judul “*Gaya Komunikasi Pemimpin Perempuan di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten*

¹⁸ Nur Nur Asiah, “Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam *Product Endorsement* di Instagram” (PhD Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021), <https://repository.uin-suska.ac.id/53582/>.

¹⁹ Novi Nikmatul Nur Chasanah dkk., “Gaya Komunikasi Pemimpin Perempuan di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Magelang,” *Journal of Public Administration and Local Governance* 7, no. 2 (2023): 298–305.

Magelang,” Penulisan ini penulis jadikan referensi tambahan tentang Gaya Komunikasi Seorang perempuan di hadapan publik. Persamaan penulisan Novi Nikmatul Nur Chasanah terletak pada inti penulisan nya yaitu Gaya Komunikasi Gender. Sedangkan perbedaan dari penulisan terdahulu dengan penulis terletak pada objek penulisan dan tujuan penulisan, sedangkan dalam penelitian ini, penulis tidak memfokuskan kajian pada fenomena patriarki dan lebih meneliti bagaimana Gaya komunikasi Gender dapat efektif terhadap Penyampaian Dakwah Islam.

Tabel 1.1 Daftar Penelitian Terdahulu Terkait Topik Penelitian.

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Fokus & Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian Ini
	Susanti Hasibuan	Kesetaraan Gender Dan Dominasi Laki-Laki: Konstruksi Peran Perempuan Dalam Dakwah	Konsep kesetaraan gender dalam Islam & dominasi laki-laki dalam dakwah	Al-Qur'an tidak membedakan gender dalam dakwah, namun secara sosial masih ada dominasi laki-laki.	Fokus pada konstruksi sosial & dominasi, sedangkan penelitian ini fokus pada perbandingan gaya komunikasi ustadz & ustadzah.
	M. Al Hadad Winata	Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Media Instagram (IGTV)	Gaya komunikasi (<i>Assertive, Aggressive, Passive</i>). Metode: Kualitatif Deskriptif	Dominan gaya <i>assertive & passive</i> (lembut, sopan, istilah kekinian)	Objeknya tokoh tunggal laki-laki di media sosial, sedangkan penelitian ini membandingkan dua gender dalam dakwah langsung.
	Nopi Irawan	Gaya Komunikasi Dakwah	Efektivitas gaya komunikasi di	Menggunakan <i>open, dominant, relaxed, attentive,</i>	Menonjolkan budaya lokal (Palembang)

		Ustadz Ahmad Taufik Hasnuri	YouTube (logat daerah & humor). Metode: Kualitatif Deskriptif.	& <i>friendly style</i> yang efektif menarik jamaah.	pada satu tokoh, sedangkan penelitian ini menonjolkan perspektif gender di Banjarmasin.
	Nur Asiah	Gaya Komunikasi Selebgram Anggarita dalam <i>Product Endorsement</i> di Instagram	Gaya komunikasi pemasaran produk. Teori: <i>Genderlect Theory</i>	Menggunakan <i>The Controlling Style</i> dan gaya feminin dalam memasarkan produk.	Objeknya <i>endorsement</i> produk, sedangkan penelitian ini fokus pada pesan dakwah Islam (perbandingan laki-laki & perempuan)
	Novi Nikmatul Nur Chasanah	Gaya Komunikasi Pemimpin Perempuan di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Magelang	Gaya komunikasi kepemimpinan perempuan di publik	Menjelaskan bagaimana perempuan berkomunikasi dalam struktur organisasi/birokrasi	Objeknya pemimpin di birokrasi, sedangkan penelitian ini fokus pada pendakwah (Guru Busu & Ustdh. Qudsi) dalam efektivitas dakwah.

G. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam skripsi ini dapat dipahami secara mendalam dan terarah, penelitian ini disusun berdasarkan sistematika penulisan yang membagi setiap pokok bahasan ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah yang menjelaskan alasan pemilihan judul mengenai gaya komunikasi gender dalam dakwah. Selain itu, bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai pisau bedah dalam menganalisis masalah. Pembahasan mencakup teori semiotika Ferdinand de Saussure mengenai konsep penanda dan petanda, serta teori *genderlect styles* dari Deborah Tannen yang membedakan gaya komunikasi laki-laki (*report talk*) dan gaya komunikasi perempuan (*rapport talk*). Bab ini juga menguraikan keterkaitan antara komunikasi gender dalam konteks dakwah Islam.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang prosedur dan teknis penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, subjek penelitian yakni Ustadz KH. Qomaruddin (Guru Busu) dan Ustadzah Qudsi Alawiyah Mukhyar, sumber data berupa gambar dan video dakwah, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data menggunakan metode semiotika.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti dari penelitian yang berisi profil dari subjek penelitian. Selanjutnya, bab ini memaparkan data hasil analisis terhadap penyampaian dakwah yang telah dipilih untuk kemudian dibahas secara mendalam mengenai temuan gaya komunikasi gender melalui tinjauan semiotika.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang berkaitan dengan hasil temuan penelitian bagi pengembangan ilmu komunikasi dakwah.