

Analisis Pesan Dakwah Dalam Video Pendek Di Akun Tiktok @Raehanul_Bahraen

Farhandi Akbar Harahap
Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam As-Sunnah
Email: *farhandiakbarharahap@gmail.com*

Abstract

This study aims to identify and analyze the form of Islamic preaching messages contained in short video content published through the TikTok account @raehanul_bahraen. The focus of the research is directed at how Islamic messages, particularly those related to the theme of marriage, are conveyed to the public through social media which is popular and favored by the younger generation. This study uses qualitative research with a descriptive approach, because it aims to describe the phenomenon of digital preaching in depth based on data found in the field. The data collection technique used is documentation, namely by observing, recording, and reviewing the content of Islamic preaching videos uploaded to the TikTok account. The videos analyzed specifically discuss the theme of marriage and the problem of matchmaking from an Islamic perspective. Based on the results of the observation and analysis, several Islamic preaching messages were found that highlight the factors that cause women to have difficulty finding a partner, including the role of fathers who do not offer their daughters to pious men, women's attitudes of postponing marriage without Islamic reasons, and women's reluctance to open themselves or offer themselves to pious men in accordance with Islamic guidance. In addition to the message's substance, this study also found that preachers convey their preaching material using a light, popular style that is easily understood by the general public, especially social media users. This approach makes the preaching message feel relevant, non-patronizing, and close to the realities of everyday life. Based on these research results, it can be concluded that the marriage-themed preaching content on the TikTok account @raehanul_bahraen has high educational value. The broadcast not only provides an understanding of marriage as an act of worship but also contains messages about faith, sharia, morals, and social interactions that are important in social interactions and the process of choosing a life partner.

Keywords: *Islamic Preaching Message, Islamic Preaching Content, TikTok, Marriage*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bentuk pesan dakwah yang terkandung dalam konten video pendek yang dipublikasikan melalui akun TikTok @raehanul_bahraen. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana pesan-pesan keislaman, khususnya yang berkaitan dengan tema pernikahan, disampaikan kepada khalayak melalui media sosial yang bersifat populer dan digemari oleh generasi muda. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, karena bertujuan menggambarkan fenomena dakwah digital secara mendalam berdasarkan data yang ditemukan di lapangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi, yaitu dengan mengamati, mencatat, dan mengkaji konten video dakwah yang diunggah pada akun TikTok tersebut. Video-video yang dianalisis secara khusus membahas tema pernikahan dan problematika jodoh dalam perspektif Islam. Berdasarkan hasil pengamatan dan analisis, ditemukan beberapa pesan dakwah yang menyoroti faktor-faktor penyebab wanita sulit mendapatkan jodoh, antara lain peran ayah yang tidak menawarkan anak gadisnya kepada laki-laki saleh, sikap wanita yang menunda pernikahan tanpa alasan syar'i, serta keengganan wanita untuk membuka diri atau menawarkan diri kepada lelaki saleh sesuai dengan tuntunan syariat. Selain substansi pesan, penelitian ini juga menemukan bahwa pendakwah menyampaikan materi dakwah dengan gaya bahasa yang ringan, populer, dan mudah dipahami oleh

masyarakat luas, terutama pengguna media sosial. Pendekatan ini menjadikan pesan dakwah terasa relevan, tidak menggurui, dan dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah bertema pernikahan di akun TikTok @rachanul_bahraen memiliki nilai edukatif yang tinggi. Tayangan tersebut tidak hanya memberikan pemahaman tentang pernikahan sebagai ibadah, tetapi juga mengandung pesan akidah, syariat, akhlak, dan muamalah yang penting dalam pergaulan serta proses pemilihan pasangan hidup.

Kata Kunci: Pesan Dakwah, Konten Dakwah, TikTok, Pernikahan

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, terutama di kalangan generasi muda seperti generasi Z.¹ Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi medium utama dalam penyebaran informasi, pengetahuan, dan gagasan, termasuk dalam bidang keagamaan.² TikTok sebagai platform berbasis video pendek menjadi salah satu media yang paling populer dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan persepsi sosial generasi muda.³ Kemudahan akses dan format konten yang singkat membuat pesan apa pun, termasuk dakwah, dapat diterima dengan cepat dan masif.⁴ Penelitian oleh Yoga Satya Bimantara (2022) menganalisis pesan dakwah dan respon audiens pada akun TikTok @Sinarkehidupan_16. Persamaannya dengan penelitian penulis terletak pada fokus kajian pesan dakwah di platform TikTok, namun berbeda pada objek yang diteliti. Jika Yoga meneliti akun @Sinarkehidupan_16, penelitian penulis berfokus pada akun @rachanul_bahraen.⁵ Penelitian Muas Nurdin Alfiana (2022) menganalisis pesan dakwah yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak dalam konten YouTube Emha Ainun Nadjib.

Persamaannya dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengkaji cara penyampaian pesan dakwah, namun berbeda pada platform dan objek penelitian; Muas meneliti YouTube, sedangkan penulis meneliti akun TikTok @rachanul_bahraen.⁶ Penelitian Azmi Fadhilah Mujahid dan Fauzi Arief (2022) menganalisis isi pesan dakwah pada akun Instagram @shiftmedia.id dengan metode kualitatif deskriptif. Persamaannya dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas pesan dakwah di media sosial, namun berbeda pada objek dan platform, karena penelitian penulis berfokus pada akun TikTok @rachanul_bahraen.⁷ Berangkat dari penelitian-penelitian tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan yang belum banyak dikaji, yaitu analisis mendalam terhadap pesan dakwah dalam

¹ Batinuha Musyahadah Mashis et al., "Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan," *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2023): 283–312.

² Muh Wahyuddin, "FENOMENA MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA DALAM MEMAHAMI AJARAN ISLAM," *Tembayat* 1, no. 2 (2023): 176–98.

³ Ni Kadek Indah Fitriyanti Kusuma Dewi and Anak Agung Mia Intentilia, "Media Sosial TikTok Dan Fenomena# KaburAjaDulu: Perspektif Generasi Z Terhadap Nasionalisme," *Jurnal Media Informatika* 6, no. 6 (2025): 2904–10.

⁴ Mohammad Sodiq, *Ilmu Kealaman Dasar* (Jakarta: Kencana, 2014).

⁵ Yoga Satya Bimantara, "Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun@Sinarkehidupan_16" (UIN Fatmawati Sukarno, 2022).

⁶ NURDIN ALFIANA MUAS, "ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM KONTEN YOUTUBE EMHA AINUN NADJIB" (UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2023).

⁷ Azmi Fadhilah Mujahid and Muhammad Fauzi Arief, "Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram@ Shiftmedia. Id," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 105–10.

konten video pendek yang membahas tema-tema rumah tangga, khususnya tentang permasalahan jodoh. Salah satu akun pendakwah yang menarik untuk dianalisis adalah akun TikTok @raehanul_bahraen, yang dikenal konsisten mengangkat isu-isu pernikahan, relasi keluarga, dan pembinaan rumah tangga dalam perspektif syariat. Tidak seperti konten populer lainnya yang cenderung bersifat hiburan, akun ini lebih menekankan materi edukatif dengan bahasa yang sederhana dan dalil-dalil yang kuat.

Pemilihan video berjudul “Wanita Sulit Jodoh? Ternyata 3 Poin Ini Ditinggalkan” sebagai objek penelitian didasarkan pada relevansinya dengan fenomena sosial saat ini. Banyak perempuan muda menghadapi kesulitan dalam proses pencarian jodoh, baik karena standar pasangan yang dibentuk media sosial maupun menurunnya pemahaman terhadap tuntunan syariat. Video ini menarik untuk dikaji karena menawarkan perspektif religius yang berusaha meluruskan pola pikir tersebut berdasarkan dalil dan bimbingan agama. Dengan demikian, analisis terhadap pesan dakwah dalam video tersebut menjadi penting untuk memahami bagaimana dakwah digital dapat memengaruhi persepsi generasi muda terkait jodoh.⁸ Urgensi penelitian ini juga terletak pada tingginya konsumsi konten digital oleh generasi muda. Ketergantungan pada media sosial sebagai sumber utama informasi menjadikan mereka rentan terhadap misinformasi atau pemahaman agama yang tidak komprehensif. Dalam konteks ini, dakwah yang disampaikan secara kreatif namun tetap berlandaskan dalil menjadi sangat penting untuk memastikan generasi muda memperoleh pemahaman agama yang benar.⁹

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengungkap apakah pesan dakwah dalam video tersebut telah memenuhi nilai-nilai dasar dakwah yang syar'i, seperti hikmah, mauizhah hasanah, dan penyampaian yang sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Hadis. Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur mengenai dakwah digital, terutama dalam analisis pesan dakwah pada platform TikTok yang masih relatif baru dalam studi komunikasi dakwah. Data dan temuan yang dihasilkan dapat menjadi rujukan bagi peneliti lain yang tertarik mengkaji tema serupa, serta memberikan gambaran tentang bagaimana dakwah dapat disesuaikan dengan perkembangan media sosial modern. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat secara praktis bagi para pendakwah, kreator konten, dan lembaga dakwah dalam mengembangkan strategi dakwah yang efektif, relevan, dan adaptif. Dengan memahami karakteristik pesan dakwah yang diterima baik oleh generasi muda, mereka dapat merancang konten yang lebih komunikatif tanpa kehilangan substansi ajaran Islam. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan evaluasi dan penguatan bagi konten dakwah agar tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mampu membentuk pemahaman dan perilaku keagamaan yang lebih baik pada masyarakat.¹⁰

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengkaji dan memahami pesan dakwah yang disampaikan melalui video TikTok pada akun

⁸ Amrina Rosyada, “Etika Komunikasi Dakwah: Studi Terhadap Video Kajian Ustaz Abdul Somad Tentang K-Pop Dan Salib,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 112, <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.4704>.

⁹ M. Dliya' Ulami' Enggar Dhian Pratamanti, Daryono, “Implikatur Pada Meme Islam Di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik,” *Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 22–37, <https://156.67.218.228/index.php/jdsb/article/download/3484/2032>.

¹⁰ Zida Zakiyatul Husna, “Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram,” *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 197, https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i2.3539.

@rachanul_bahraen.¹¹ Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menggali makna, pesan, serta nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam konten digital secara mendalam dan kontekstual, bukan sekadar melihatnya sebagai data statistik. Metode analisis isi digunakan untuk menafsirkan simbol, bahasa, narasi, dan pesan keislaman yang disampaikan dalam video, sehingga dapat dipahami maksud dan tujuan dakwah yang ingin disampaikan kepada audiens. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah video TikTok berjudul “*Wanita Sulit Jodoh? Ternyata 3 Poin Ini Ditinggalkan*”, yang secara khusus membahas problematika jodoh dan pernikahan dalam perspektif dakwah Islam. Video tersebut dianalisis secara mendalam untuk mengidentifikasi bentuk pesan dakwah, tema utama, serta cara penyampaiannya. Adapun sumber data sekunder meliputi buku-buku tentang dakwah, teori komunikasi, metodologi penelitian kualitatif, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian dakwah digital dan media sosial.¹²

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan cara mengunduh video, mencatat secara sistematis isi pesan dakwah, serta mengambil tangkapan layar (screenshot) sebagai bukti visual pendukung. Selain itu, studi kepustakaan juga dilakukan untuk memperkuat landasan teori dan memperkaya analisis. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber serta pengecekan berulang terhadap potongan video yang dianalisis. Dengan metodologi tersebut, penelitian ini memiliki landasan yang sistematis, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik dalam menafsirkan pesan dakwah digital.¹³

Hasil Dan Pembahasan

A. Analisis Pesan Dakwah

Analisis pesan dakwah merupakan proses ilmiah untuk mengkaji, memahami, dan menafsirkan makna pesan-pesan keislaman yang disampaikan oleh seorang da'i kepada mad'u melalui berbagai media. Pesan dakwah tidak hanya dipahami sebagai isi ceramah atau materi keagamaan semata, tetapi juga mencakup nilai, simbol, bahasa, dan tujuan yang ingin dicapai dalam proses penyampaian ajaran Islam.¹⁴ Oleh karena itu, analisis pesan dakwah menjadi penting untuk melihat sejauh mana dakwah mampu menyentuh aspek akidah, syariat, akhlak, dan muamalah, serta relevansinya dengan konteks sosial masyarakat. Dalam kajian komunikasi dakwah, pesan dakwah merupakan unsur utama yang menentukan efektivitas dakwah. Pesan yang baik tidak hanya benar secara normatif, tetapi juga disampaikan dengan cara yang tepat, bahasa yang mudah dipahami, dan sesuai dengan karakter audiens. Analisis pesan dakwah berupaya mengungkap struktur pesan, tema utama, serta nilai-nilai

¹¹ Holifatul Hasanah and Sony Sukmawan, “Berbingkai Kemajemukan Budaya, Bersukma Desakalapatra: Selidik Etnografi Atas Tradisi Tengger,” *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 4, no. 1 (2021): 79–90, <https://doi.org/10.30872/diglosia.v4i1.102>.

¹² Ari Wibowo, “Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah,” *WARDAH: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2021): 1–13.

¹³ Adi Fadli, “Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia,” *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana LAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773>.

¹⁴ Athok Murtadlo, “Kharisma Pendakwah Sebagai Komunikator,” *Jurnal Spektrum Komunikasi* 7, no. 1 (2019): 3, <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.24>.

Islam yang terkandung di dalamnya. Selain itu, analisis ini juga menelaah tujuan dakwah, apakah bersifat informatif, persuasif, edukatif, atau transformatif dalam mendorong perubahan sikap dan perilaku mad'u.¹⁵

Analisis pesan dakwah dapat dilakukan melalui berbagai pendekatan, salah satunya adalah analisis isi (*content analysis*). Pendekatan ini digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan pesan dakwah berdasarkan tema, makna, dan konteks penyampaian. Dalam konteks dakwah modern, terutama melalui media digital seperti media sosial, analisis pesan dakwah menjadi semakin relevan karena pesan disampaikan dalam bentuk yang singkat, visual, dan cepat tersebar. Hal ini menuntut da'i untuk menyampaikan pesan secara padat namun tetap bermakna. Lebih lanjut, analisis pesan dakwah juga memperhatikan gaya bahasa, retorika, serta simbol-simbol komunikasi yang digunakan. Penggunaan bahasa yang ringan, populer, dan kontekstual dapat meningkatkan daya tarik pesan dakwah dan memudahkan audiens dalam memahami isi pesan. Di sisi lain, analisis ini juga berfungsi sebagai sarana evaluasi terhadap praktik dakwah, sehingga pesan yang disampaikan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam dan mampu menjawab persoalan umat secara relevan.¹⁶

Dengan demikian, analisis pesan dakwah memiliki peran yang sangat strategis dalam pengembangan dakwah Islam yang efektif, relevan, dan berorientasi pada kemaslahatan umat. Dakwah tidak lagi dapat dipahami sebatas penyampaian ajaran agama secara normatif dan tekstual, melainkan harus mampu menjawab realitas sosial, budaya, dan psikologis masyarakat yang terus mengalami perubahan. Melalui analisis pesan dakwah, isi dan cara penyampaian dakwah dapat dievaluasi secara kritis, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya benar secara teologis, tetapi juga tepat sasaran dan mudah diterima oleh masyarakat. Analisis yang dilakukan secara sistematis dan mendalam memungkinkan pesan dakwah dipahami secara lebih komprehensif, baik dari segi substansi maupun konteksnya. Pesan dakwah tidak hanya ditelaah berdasarkan teks atau materi yang disampaikan, tetapi juga dikaji dari latar belakang sosial, media yang digunakan, karakter audiens, serta tujuan dakwah itu sendiri. Pendekatan ini membantu mengungkap makna tersembunyi, nilai-nilai edukatif, dan orientasi perubahan sosial yang ingin dicapai melalui dakwah.¹⁷

Dalam konteks masyarakat modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan perkembangan media digital, analisis pesan dakwah menjadi semakin penting. Media sosial, misalnya, menuntut pesan dakwah disajikan secara singkat, menarik, dan komunikatif tanpa kehilangan kedalaman makna. Dengan analisis pesan dakwah, para pendakwah dapat merumuskan strategi penyampaian yang lebih kreatif, persuasif, dan kontekstual, sehingga dakwah tetap relevan dengan kebutuhan umat. Oleh karena itu, analisis pesan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai alat kajian akademik, tetapi juga sebagai sarana refleksi dan pengembangan praktik dakwah. Melalui analisis ini, dakwah Islam diharapkan mampu memberikan solusi atas problematika umat, menanamkan nilai-nilai

¹⁵ H Suarin Nurdin, "Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah," *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial* 16, no. 2 (2018): 44, <https://jurnal.iaihnwpancor.ac.id/index.php/tadib/article/view/195/113>.

¹⁶ Istina Rakhmawati, "Perkembangan Media Sebagai Sarana," *AT-TABSUYR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 49–70, <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2906/2077>.

¹⁷ Nasrul Syarif, "Pendekatan Semiotika Dalam Studi Al-Qur'an," *An-Nida': Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 5, no. 1, Januari (2007): 94–108.

keislaman secara humanis, serta berkontribusi nyata dalam mewujudkan kehidupan masyarakat yang berakhlak mulia dan berkeadaban.¹⁸

B. Video Pendek

Video pendek merupakan salah satu bentuk media audiovisual yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan maraknya penggunaan media sosial. Video pendek umumnya memiliki durasi singkat, berkisar antara beberapa detik hingga beberapa menit, namun mampu menyampaikan pesan secara cepat, padat, dan menarik. Karakteristik inilah yang menjadikan video pendek sebagai media komunikasi yang efektif dalam menjangkau khalayak luas, khususnya generasi muda yang cenderung menyukai konten visual yang ringkas dan mudah dicerna. Dalam konteks komunikasi modern, video pendek tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, informasi, dan persuasi. Platform media sosial seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts memfasilitasi penyebaran video pendek dengan jangkauan yang sangat luas dan interaktif. Pengguna tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga dapat memberikan respons melalui komentar, tanda suka, dan berbagi konten, sehingga tercipta komunikasi dua arah yang dinamis. Keunggulan video pendek terletak pada kemampuannya menggabungkan unsur visual, audio, dan teks secara simultan.¹⁹

Kombinasi gambar, suara, musik, dan narasi yang tepat dapat memperkuat pesan yang disampaikan dan meningkatkan daya ingat audiens. Selain itu, penyajian yang singkat menuntut kreator untuk menyampaikan pesan secara efektif dan langsung pada inti permasalahan, tanpa bertele-tele. Hal ini menjadikan video pendek sangat sesuai dengan karakter masyarakat modern yang memiliki keterbatasan waktu dan cenderung menyukai informasi yang instan. Dalam bidang dakwah dan pendidikan, video pendek menjadi media alternatif yang strategis untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman secara kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk video pendek dapat disampaikan dengan bahasa yang ringan, visual yang menarik, serta contoh-contoh yang dekat dengan realitas masyarakat.²⁰

Dengan demikian, video pendek tidak lagi dapat dipandang semata-mata sebagai media hiburan yang bersifat ringan dan temporer, melainkan telah berkembang menjadi sarana strategis dalam proses transformasi nilai di tengah masyarakat digital. Melalui kemasan visual yang menarik, bahasa yang sederhana, serta durasi yang singkat namun padat makna, video pendek mampu menyampaikan pesan-pesan moral, sosial, dan keagamaan secara efektif. Nilai-nilai yang disampaikan secara berulang dan konsisten melalui video pendek dapat membentuk pola pikir baru serta memengaruhi cara pandang masyarakat terhadap berbagai persoalan kehidupan. Dalam konteks pembentukan sikap, video pendek memiliki daya pengaruh yang kuat karena mampu menyentuh aspek kognitif, afektif, dan bahkan perilaku audiens. Visualisasi yang konkret, narasi yang relevan, serta

¹⁸ Muhammad Aldi, "Peran Pidato Islam Dalam Penguatan Pendidikan Agama Islam : Membangun Karakter Generasi Berakhlak Mulia," *Juragan Jurnal Ragam Pengabdian* 1, no. 3 (2024): 293–303.

¹⁹ Husna, "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram."

²⁰ Oos M. Anwas, "Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Pesantren Rakyat Sumber Pucung Malang," *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 21, no. 3 (2015): 207–20, <https://doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.187>.

contoh yang dekat dengan realitas sehari-hari menjadikan pesan lebih mudah dipahami dan diinternalisasi.²¹

Sikap seseorang terhadap suatu nilai, termasuk nilai-nilai keagamaan, dapat terbentuk melalui paparan konten video pendek yang terus-menerus, terutama ketika pesan tersebut disampaikan oleh figur yang dianggap kredibel dan memiliki pengaruh di ruang digital. Lebih jauh, video pendek juga berperan penting dalam meningkatkan pemahaman keagamaan masyarakat, khususnya di era digital yang ditandai dengan arus informasi yang cepat dan beragam. Materi keagamaan yang sebelumnya dianggap berat dan sulit dipahami dapat dikemas secara ringkas, kontekstual, dan komunikatif melalui video pendek. Hal ini memungkinkan ajaran agama dipahami secara lebih praktis dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari, tanpa kehilangan esensi dan nilai normatifnya. Di tengah masyarakat digital yang semakin bergantung pada media sosial sebagai sumber informasi, video pendek menjadi media alternatif yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai positif dan keagamaan.²² Oleh karena itu, pemanfaatan video pendek secara bijak dan bertanggung jawab memiliki potensi besar dalam membentuk kualitas moral dan spiritual masyarakat di era digital. Video pendek yang dikemas dengan konten positif, edukatif, dan bernilai keislaman dapat menjadi sarana efektif untuk menanamkan kesadaran moral di tengah deras arus informasi yang tidak selalu selaras dengan nilai-nilai etika.²³

Melalui penyampaian pesan yang singkat namun bermakna, video pendek mampu mengingatkan masyarakat tentang pentingnya kejujuran, tanggung jawab, kesantunan, dan nilai-nilai kebajikan lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Selain membangun kesadaran moral, video pendek juga berperan penting dalam memperkuat identitas keagamaan masyarakat, khususnya generasi muda. Di tengah tantangan globalisasi dan budaya digital yang cenderung serba instan, konten video pendek yang berlandaskan ajaran agama dapat menjadi penguat identitas dan pegangan nilai. Pesan-pesan keagamaan yang disampaikan secara menarik dan kontekstual membantu individu merasa lebih dekat dengan ajaran agamanya serta mampu mengamalkannya dalam realitas kehidupan modern. Pemanfaatan video pendek secara bertanggung jawab juga berkontribusi dalam menciptakan masyarakat digital yang lebih beretika dan berpengetahuan. Konten yang disajikan tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan pemahaman yang benar, mencegah penyebaran informasi keliru, serta mendorong sikap kritis dan bijak dalam mengonsumsi media. Dengan demikian, video pendek dapat menjadi instrumen strategis dalam membentuk masyarakat digital yang berakhlak mulia, memiliki kesadaran etis, serta menjunjung tinggi nilai-nilai keagamaan dan kemanusiaan secara berkelanjutan.²⁴

C. Analisis Pesan Dakwah Dalam Video Pendek Di Akun Tiktok @Raehanul_Bahraen

²¹ Anwas.

²² Mubarok Husni and Attalina Syailin Nichla Choirin, "Studi Fenomenologi Peran Guru Sekolah Dasar Sebagai Fasilitator Dalam Pembelajaran Tematik Dikelas Tinggi," *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 3, no. 2 (2022): 75–87.

²³ Vina Rosalina, "PESAN DAKWAH DALAM KISAH ABU NAWAS (Studi Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce)," *Jurnal Syntax Fusion* 1, no. 1 (2020): 74–84, <https://doi.org/10.54543/fusion.v1i1.8>.

²⁴ Bubuh Syihabudin and Ajeng Nurbaeti Rahman, "Strategi Dakwah Digital : Meningkatkan Misi Dakwah Dan Amar Ma ' Ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial," *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2023): 57–68, <https://journal.staialmashuriyah.ac.id/index.php/albalagh/index>.

Analisis pesan dakwah dalam video pendek di akun TikTok @Raehanul_Bahraen merupakan upaya untuk memahami bagaimana nilai-nilai keislaman disampaikan melalui media digital yang bersifat populer dan diminati oleh masyarakat luas, khususnya generasi muda. TikTok sebagai platform berbasis video pendek memiliki karakteristik penyampaian pesan yang singkat, visual, dan cepat, sehingga menuntut pendakwah untuk mengemas materi dakwah secara ringkas namun tetap bermakna. Dalam konteks ini, akun @Raehanul_Bahraen memanfaatkan video pendek sebagai sarana dakwah dengan menyajikan pesan-pesan keislaman yang relevan dengan persoalan kehidupan sehari-hari. Pesan dakwah yang disampaikan dalam video-video pendek pada akun tersebut umumnya berkaitan dengan tema akidah, syariat, akhlak, dan muamalah, khususnya yang menyentuh problematika keluarga dan pernikahan. Materi dakwah dikemas dalam bentuk narasi yang sederhana, lugas, dan mudah dipahami, sehingga mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Analisis terhadap isi pesan menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif, dengan tujuan membangun kesadaran keagamaan dan mendorong perubahan sikap sesuai dengan nilai-nilai Islam.²⁵

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten video pendek berjudul “Wanita Sulit Jodoh Ternyata 3 Poin Ini Ditinggalkan” di akun TikTok @raehanul_bahraen memuat pesan dakwah yang meliputi unsur akidah, syariah, akhlak, dan muamalah,²⁶ sebagaimana terlihat pada tabel coding yang tersusun berdasarkan tiga segmen durasi video. Setiap segmen merepresentasikan bentuk penyampaian dakwah yang berbeda namun saling melengkapi, sehingga menghasilkan satu kesatuan pesan yang utuh tentang pentingnya mengikuti tuntunan syariat dalam urusan pernikahan. Penemuan ini sejalan dengan teori ruang lingkup pesan dakwah yang meliputi pesan akidah, syariah, akhlak, dan muamalah.²⁷ Temuan pertama terlihat pada segmen 00:25–03:51 menit, ketika Ustaz Raehanul menekankan sunnah menawarkan anak gadis kepada laki-laki saleh.²⁸ Pesan ini mengandung nilai syariah karena berkaitan langsung dengan praktik pernikahan sesuai ketentuan fikih, khususnya keharusan adanya peran wali dalam proses pernikahan, sebagaimana ditegaskan dalam hadis “la nikāḥa illā biwalī”.²⁹

Selain itu, pesan ini juga mengandung nilai akhlak karena mendorong orang tua dan wali untuk menjalankan amanah dengan benar serta tidak membiarkan anak perempuan memilih pasangan hanya berdasarkan hawa nafsu atau pertimbangan emosional semata.³⁰ menjelaskan bahwa pesan syariah dalam dakwah harus mengarahkan mad’u pada ketaatan terhadap ketentuan hukum Islam, termasuk dalam urusan pernikahan, sehingga temuan ini sesuai dengan konsep dasar pesan dakwah syariah yang membahas ibadah, muamalah, dan hukum-hukum keluarga.³¹ Segmen kedua, yaitu pada durasi 03:57–07:03 menit, menampilkan pesan tentang pentingnya menyegerakan menikah. Ustaz Raehanul menyatakan bahwa penundaan menikah tanpa alasan syar’i sering menjadi penyebab perempuan

²⁵ Arini Tika Sabila and Mutrofin Mutrofin, “Urgensi Peningkatan Kualitas Literasi Keislaman Melalui Digitalisasi (Studi Pada Followers Tiktok Da’i Muda Husain Basyaiban,” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023): 45, <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7335>.

²⁶ Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Media Pranada, 2021), h.17.

²⁷ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 1-3.

²⁸ Munir, *Manajemen Dakwah*.

²⁹ H.R Abu Dawud (No. 2085), Tirmidzi (No. 1101), Ibnu Majah (No. 1881), Dan Ahmad (6/66),.

³⁰ Tasmara Toto, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 84.

³¹ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*.

kesulitan menemukan jodoh. Hal ini berkesesuaian dengan teori dakwah yang menjelaskan bahwa pesan akidah dan syariah mencakup ajakan untuk menjalankan ibadah dan menjauhi sesuatu yang dapat menjerumuskan kepada kemaksiatan.³² Menikah dalam Islam merupakan ibadah sekaligus sarana menjaga kehormatan diri.³³ Konsep ini juga berkaitan dengan nilai akhlak, sebab menjaga diri dari fitnah dan menjaga pandangan adalah bagian dari akhlak seorang muslim. Konten dakwah dalam video tersebut juga mengandung pesan muamalah, karena menyentuh aspek hubungan sosial dan tanggung jawab keluarga dalam membentuk rumah tangga yang baik.³⁴

Segmen ketiga, yaitu durasi 07:09–09:42 menit, menampilkan pembahasan tentang wanita menawarkan diri kepada lelaki saleh, sebuah sunnah yang sering dianggap tabu dalam masyarakat modern.³⁵ Penelitian menemukan bahwa pesan ini memiliki dimensi akhlak dan muamalah, yaitu keberanian perempuan menjaga kesucian dirinya dengan memilih jalan yang halal dan terhormat dalam mencari pasangan. Menjelaskan bahwa pesan akhlak dalam dakwah mencakup adab dalam berinteraksi, kesopanan, dan menjaga martabat diri.³⁶ Video tersebut berhasil menormalkan praktik syar'i ini melalui penjelasan yang ringan dan bahasa populer, sejalan dengan prinsip dakwah kontemporer yang menekankan penggunaan media sosial sebagai sarana penyampaian pesan agama yang mudah dipahami oleh generasi muda. Dari perspektif metodologi dakwah, penyampaian Ustaz Raehanul yang menggunakan bahasa ringan, humoris, dan komunikatif sesuai dengan teori komunikasi dakwah yang menekankan pentingnya penyesuaian bahasa, situasi, serta karakter mad'u. Pemanfaatan TikTok juga mendukung prinsip dakwah bil-hikmah yang menjangkau audiens secara luas, sebagaimana dijelaskan dalam Bab II bahwa media sosial kini menjadi alat efektif dalam penyebaran dakwah digital. Hal ini semakin diperkuat oleh temuan profil akun TikTok @raehanul_bahraen yang telah memiliki 32 ribu pengikut, memposting konten secara konsisten, serta memperoleh ratusan ribu tanda suka dari pengguna.³⁷

Data audiens ini menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan melalui video pendek terbukti mampu membentuk persepsi dan memberikan pengaruh positif, sehingga relevan dengan teori efek komunikasi dalam dakwah. Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan skripsi ini memiliki relevansi yang kuat, terutama dengan kajian Yoga Satya Bimantara tentang pesan dakwah di akun TikTok @Sinarkehidupan_16 yang sama-sama menyoroti strategi penyampaian dakwah melalui video singkat. Perbedaannya terletak pada objek dan fokus kajian, di mana penelitian ini menyoroti pesan dakwah terkait pernikahan, sehingga memberikan kontribusi baru pada kajian dakwah keluarga di media digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menganalisis isi pesan,

³² Munir, *Manajemen Dakwah*.

³³ Muhammad Ibn Ismā'īl Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*. Tahqiq: Muḥammad Zuhayr Ibn Nāṣir Al-Nāṣir (Riyadh: Dār Ṭawq Al-Najāh, 2001), Hal. 67.

³⁴ Muhamad Bisri Mustofa, Siti Wuryan, and Rosidi, "Urgensi Komunikasi Interpersonal Dalam Al-Qur'an Sebagai Pustakawan," *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan* 11, no. 2 (2020): 85–94, <https://doi.org/10.32505/hikmah.v11i2.2544>.

³⁵ Savvas Zannettou et al., "Analyzing User Engagement with TikTok's Short Format Video Recommendations Using Data Donations," in *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2024, 1–16.

³⁶ Musthafa Kamal, *Fiqih Islam* (Yogyakarta: Citra Karsa Mandiri, 2002), h. 329.

³⁷ Ropingi El Ishaq, "Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film 3 Idiots," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 10, no. 2 (2016): 290–304, <https://doi.org/10.15575/idajhs.v10i2.1556>.

tetapi juga memberikan gambaran lebih luas tentang bagaimana narasi dakwah modern dibangun dan diterima oleh masyarakat. Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa video “Wanita Sulit Jodoh? Ternyata 3 Poin Ini Ditinggalkan” memuat pesan dakwah yang kuat, terstruktur, dan selaras dengan teori dakwah Islam.³⁸

Pesan akidah, syariah, akhlak, dan muamalah tergambarkan secara jelas melalui pendekatan dakwah yang komunikatif dan kontekstual, sehingga mudah dipahami oleh pengguna TikTok, khususnya generasi muda. Dalam penyampaiannya, nilai-nilai akidah ditanamkan melalui penguatan keimanan kepada Allah dan pemahaman bahwa pernikahan merupakan bagian dari ibadah yang memiliki dimensi spiritual. Pesan ini tidak disampaikan secara kaku, melainkan dikaitkan dengan realitas kehidupan sehari-hari, sehingga mampu menumbuhkan kesadaran religius yang lebih mendalam di kalangan audiens. Aspek syariah dalam dakwah juga disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan praktis, terutama terkait ketentuan pernikahan, peran laki-laki dan perempuan, serta adab dalam mencari pasangan hidup. Penyampaian yang ringkas namun substansial membuat ajaran syariah tidak dipersepsikan sebagai sesuatu yang rumit, tetapi sebagai pedoman hidup yang aplikatif.³⁹ Sementara itu, pesan akhlak tampak melalui penekanan pada sikap tanggung jawab, kesantunan, kejujuran, serta pentingnya menjaga adab dalam relasi antara laki-laki dan perempuan sebelum dan sesudah pernikahan.⁴⁰

Pesan muamalah juga disajikan dengan menyoroti hubungan sosial yang sehat dan berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti peran keluarga, komunikasi yang baik, dan tanggung jawab sosial dalam kehidupan berumah tangga. Pendekatan komunikatif yang digunakan, dengan gaya bahasa yang ringan, populer, dan sesuai dengan karakter media TikTok, menjadikan pesan dakwah terasa dekat dan relevan bagi generasi muda. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah digital, apabila dikemas secara kreatif, komunikatif, dan sesuai dengan karakter audiens, dapat menjadi sarana yang efektif untuk mengedukasi masyarakat.⁴¹ Dakwah melalui media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ajaran Islam secara normatif, tetapi juga memainkan peran strategis dalam membentuk dan meluruskan pemahaman keagamaan masyarakat. Di era digital yang ditandai dengan derasnya arus informasi, media sosial menjadi ruang utama bagi masyarakat, khususnya generasi muda, dalam mencari rujukan keagamaan. Dalam konteks ini, dakwah digital hadir sebagai medium yang mampu

³⁸ Naila Mafayiziya Hayat and Zaenal Abidin Riam, “Peran Komunikasi Dakwah Di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam,” *IQ (Ilmu Al-Qur’an): Jurnal Pendidikan Islam* 5, no. 02 (2022): 227–40, <https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791>.

³⁹ Mirza Isytiyaaqul, Haq Al, and Leo Dariono, “Eksplorasi Pesan Dakwah Pada Lirik Lagu Interval Karya Band The Flins Tone Exploring the Message of Da’ Wah in the Lyrics Interval by the The Flins Tone,” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2024): 138, <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/dakwatuna/article/view/3164>.

⁴⁰ Husna, “Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram.”

⁴¹ Nanik Mujiati, “Perencanaan Strategi Komunikasi Dakwah Masjid Agung Ampel Surabaya Dalam Perspektif Sistem,” *Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi* 2, no. 2 (2021): 248–58, <http://staisam.ac.id/jurnal/index.php/almuttaqin/article/view/65>.

menjelaskan ajaran Islam secara utuh, komprehensif, dan kontekstual, sesuai dengan tantangan kehidupan modern.⁴²

Salah satu isu strategis yang banyak dibahas dalam dakwah digital adalah pernikahan. Pernikahan tidak hanya dipahami sebagai hubungan personal antara laki-laki dan perempuan, tetapi juga sebagai institusi sosial dan ibadah yang memiliki dampak luas terhadap pembentukan keluarga, pendidikan generasi, dan stabilitas masyarakat. Melalui media digital, pesan-pesan dakwah tentang pernikahan dapat disampaikan secara lebih terbuka dan relevan, sehingga mampu meluruskan berbagai pemahaman keliru yang berkembang di tengah masyarakat, seperti anggapan menunda pernikahan tanpa pertimbangan syar'i atau standar-standar yang tidak sesuai dengan nilai Islam. Dakwah digital memungkinkan ajaran Islam tentang pernikahan disampaikan dengan cara yang lebih komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat luas. Melalui media digital, pesan-pesan keislaman dapat dikemas menggunakan bahasa yang sederhana, ringan, dan sesuai dengan karakter audiens, terutama generasi muda. Penyampaian yang disertai dengan contoh-contoh konkret dari kehidupan sehari-hari menjadikan pesan dakwah lebih relevan dan aplikatif, sehingga tidak hanya berhenti pada tataran normatif, tetapi mampu menyentuh realitas sosial yang dihadapi masyarakat.⁴³

Pendekatan persuasif yang digunakan dalam dakwah digital juga berperan penting dalam membentuk pemahaman yang utuh tentang pernikahan. Ajaran Islam tidak hanya dipahami dari aspek hukum semata, seperti rukun dan syarat pernikahan, tetapi juga dari dimensi akidah yang menempatkan pernikahan sebagai bagian dari ibadah kepada Allah. Selain itu, dakwah digital menekankan pentingnya akhlak dalam membangun rumah tangga, seperti sikap tanggung jawab, saling menghormati, kesabaran, dan kejujuran antara suami dan istri. Aspek tanggung jawab sosial pun turut disoroti, mengingat pernikahan memiliki dampak luas terhadap keluarga, lingkungan, dan masyarakat. Dengan penyampaian yang demikian, dakwah melalui media digital berkontribusi dalam membangun kesadaran keagamaan yang lebih matang dan berimbang. Masyarakat tidak hanya memahami pernikahan sebagai kewajiban formal, tetapi juga sebagai amanah yang harus dijalani dengan penuh kesadaran dan nilai-nilai keislaman. Pada akhirnya, dakwah digital dapat mendorong terbentuknya keluarga yang sakinah, mawaddah, dan rahmah, sekaligus memperkuat internalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan individu dan masyarakat secara berkelanjutan di tengah dinamika zaman modern.⁴⁴

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa video pendek “Wanita Sulit Jodoh? Ternyata 3 Poin Ini Ditinggalkan” pada akun TikTok @raehanul_bahraen memuat pesan dakwah Islam yang komprehensif, meliputi aspek akidah, syariah, akhlak, dan muamalah. Pesan disampaikan secara komunikatif, sederhana, dan relevan dengan karakter generasi muda, sehingga

⁴² Aswar Tahir, Hafied Cangara, and Arianto Arianto, “Komunikasi Dakwah Da’i Dalam Pembinaan Komunitas Muallaf Di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 155, <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6105>.

⁴³ Wasil Wasil and Bahrur Rosi, “Strategi Dakwah Sunan Ampel Dalam Menyebarkan Islam Di Tanah Jawa,” *FATWA: Jurnal Manajemen Dakwah Strategi* 3, no. 2 (2012): 1–7, <http://ejournal.iaimu.ac.id/index.php/almiftah/article/view/186/177>.

⁴⁴ Yusup Yanwar Jatnika and Nurdin Qusyaeri, “PESAN-PESAN DAKWAH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM FOTOGRAFER MUSLIM (FM) : ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES” 1, no. 1 (2022): 69–79, <https://doi.org/https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i01.67>.

mudah dipahami dan diterima. Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah digital terbukti efektif dalam menyebarkan pesan keagamaan tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian dakwah digital, khususnya analisis pesan dakwah di media sosial, serta memperkaya wacana akademik melalui perspektif empiris tentang strategi komunikasi dakwah di era digital. Selain itu, temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis sebagai rujukan bagi pendakwah dan kreator konten dalam merancang dakwah yang adaptif, kontekstual, dan berlandaskan nilai-nilai syariat. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam As-Sunnah, dosen pembimbing, dan seluruh pihak yang telah memberikan dukungan akademik dan moral sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Aldi, Muhammad. "Peran Pidato Islam Dalam Penguatan Pendidikan Agama Islam : Membangun Karakter Generasi Berakhlak Mulia." *Juragan Jurnal Ragam Pengabdian* 1, no. 3 (2024): 293–303.
- Anwas, Oos M. "Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Pesantren Rakyat Sumber Pucung Malang." *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 21, no. 3 (2015): 207–20. <https://doi.org/10.24832/jpnk.v21i3.187>.
- Bimantara, Yoga Satya. "Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media Tiktok Pada Akun@ Sinarkehidupan_16." UIN Fatmawati Sukarno, 2022.
- Dewi, Ni Kadek Indah Fitriyanti Kusuma, and Anak Agung Mia Intentilia. "Media Sosial TikTok Dan Fenomena# KaburAjaDulu: Perspektif Generasi Z Terhadap Nasionalisme." *Jurnal Media Informatika* 6, no. 6 (2025): 2904–10.
- Enggar Dhian Pratamanti, Daryono, M. Dliya' Ulami'. "Implikatur Pada Meme Islam Di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik." *Dinamika Sosial Budaya* 23, no. 1 (2021): 22–37. <https://156.67.218.228/index.php/jdsb/article/download/3484/2032>.
- Fadli, Adi. "Transformasi Digital Dan Moderasi Beragama: Memperkuat Ummatan Wasathan Di Indonesia." *Schemata: Jurnal Pasca Sarjana LAIN Mataram* 12, no. 1 (2023): 1–14. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/schemata/article/view/7773>.
- H.R *Abu Dawud* (No. 2085), *Tirmidzi* (No. 1101), *Ibnu Majah* (No. 1881), *Dan Ahmad* (6/66), n.d.
- Hasanah, Holifatul, and Sony Sukmawan. "Berbingkai Kemajemukan Budaya, Bersukma Desakalapatra: Selidik Etnografi Atas Tradisi Tengger." *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 4, no. 1 (2021): 79–90. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v4i1.102>.
- Hayat, Naila Mafayiziya, and Zaenal Abidin Riam. "Peran Komunikasi Dakwah Di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam." *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam* 5, no. 02 (2022): 227–40. <https://doi.org/10.37542/iq.v5i02.791>.
- Husna, Zida Zakiyatul. "Perkembangan Dakwah Melalui Media Sosial Instagram." *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 5, no. 2 (2021): 197. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i2.3539.
- Ishaq, Ropingi El. "Pesan-Pesan Dakwah Dalam Film 3 Idiots." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 10, no. 2 (2016): 290–304. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v10i2.1556>.
- Isytiyaaqul, Mirza, Haq Al, and Leo Dariono. "Eksplorasi Pesan Dakwah Pada Lirik Lagu Interval Karya Band The Flins Tone Exploring the Message of Da ' Wah in the Lyrics Interval by the The Flins Tone." *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2024): 138. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/dakwatuna/article/view/3164>.
- Jatnika, Yusup Yanwar, and Nurdin Qusyaeri. "PESAN-PESAN DAKWAH PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM FOTOGRAFER MUSLIM (FM): ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES" 1, no. 1 (2022): 69–79. <https://doi.org/https://doi.org/10.54801/jisscdiksi.v1i01.67>.

- Kamal, Musthafa. *Fiqih Islam*. Yogyakarta: Citra Karsa Mandiri, 2002.
- Mashis, Batinuha Musyahadah, Ahmad Habiburrahman Aksa, Asyrotul Muayyanah, and M Khasya Satriya. “Komunikasi Digital Dan Perubahan Sosial Masyarakat Pedesaan.” *Mu’ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 1, no. 2 (2023): 283–312.
- MUAS, NURDIN ALFIANA. “ANALISIS PESAN DAKWAH DALAM KONTEN YOUTUBE EMHA AINUN NADJIB.” UIN RADEN INTAN LAMPUNG, 2023.
- Mubarok Husni, and Attalina Syailin Nichla Choirin. “Studi Fenomenologi Peran Guru Sekolah Dasar Sebagai Fasilitator Dalam Pembelajaran Tematik Dikelas Tinggi.” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 3, no. 2 (2022): 75–87.
- Muhammad Ibn Isma‘il Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*, Ed. Tabqiq: Muhammad Zubayr Ibn Nāṣir Al-Nāṣir (Riyadh: Dār Ṭawq Al-Najāh, 2001), Hal. 67., n.d.
- Mujahid, Azmi Fadhilah, and Muhammad Fauzi Arif. “Analisis Isi Pesan Dakwah Yang Terkandung Dalam Akun Instagram@ Shiftmedia. Id.” *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 2022, 105–10.
- Mujiati, Nanik. “Perencanaan Strategi Komunikasi Dakwah Masjid Agung Ampel Surabaya Dalam Perspektif Sistem.” *Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi* 2, no. 2 (2021): 248–58. <http://staisam.ac.id/jurnal/index.php/almuttaqin/article/view/65>.
- Munir, Muhammad. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Media Pranada, 2021.
- Murtadlo, Athok. “Kharisma Pendakwah Sebagai Komunikator.” *Jurnal Spektrum Komunikasi* 7, no. 1 (2019): 3. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.24>.
- Mustofa, Muhamad Bisri, Siti Wuryan, and Rosidi. “Urgensi Komunikasi Interpersonal Dalam Al-Qur’an Sebagai Pustakawan.” *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan* 11, no. 2 (2020): 85–94. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v11i2.2544>.
- Nurdin, H Suarin. “Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah.” *Ta’dib: Jurnal Pendidikan Islam Dan Isu-Isu Sosial* 16, no. 2 (2018): 44. <https://jurnal.iaihnwpancor.ac.id/index.php/tadib/article/view/195/113>.
- Rakhmawati, Istina. “Perkembangan Media Sebagai Sarana.” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 49–70. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2906/2077>.
- Rosyada, Amrina. “Etika Komunikasi Dakwah: Studi Terhadap Video Kajian Ustaz Abdul Somad Tentang K-Pop Dan Salib.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 112. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.4704>.
- Sabila, Arini Tika, and Mutrofin Mutrofin. “Urgensi Peningkatan Kualitas Literasi Keislaman Melalui Digitalisasi (Studi Pada Followers Tiktok Da’i Muda Husain Basyaiban.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 8, no. 1 (2023): 45. <https://doi.org/10.29240/jdk.v8i1.7335>.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Sodiq, Mohammad. *Ilmu Kealaman Dasar*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Syarif, Nasrul. “Pendekatan Semiotika Dalam Studi Al-Qur’an.” *An-Nida’: Jurnal Prodi Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 5, no. 1, Januari (2007): 94–108.
- Syihabudin, Bubuh, and Ajeng Nurbaeti Rahman. “Strategi Dakwah Digital : Meningkatkan Misi Dakwah Dan Amar Ma ’ Ruf Nahi Munkar Melalui Media Sosial.” *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2023): 57–68. <https://journal.staialmasthuriyah.ac.id/index.php/albalagh/index>.
- Tahir, Aswar, Hafied Cangara, and Arianto Arianto. “Komunikasi Dakwah Da’i Dalam Pembinaan Komunitas Muallaf Di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 2 (2020): 155. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.2.6105>.
- Toto, Tasmara. *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.
- Vina Rosalina. “PESAN DAKWAH DALAM KISAH ABU NAWAS (Studi Analisis Semiotika

- Charles Sanders Peirce).” *Jurnal Syntax Fusion* 1, no. 1 (2020): 74–84.
<https://doi.org/10.54543/fusion.v1i1.8>.
- Wahyuddin, Muh. “FENOMENA MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA DALAM MEMAHAMI AJARAN ISLAM.” *Tembayat* 1, no. 2 (2023): 176–98.
- Wasil, Wasil, and Bahrur Rosi. “Strategi Dakwah Sunan Ampel Dalam Menyebarkan Islam Di Tanah Jawa.” *FATWA: Jurnal Managemen Dakwah Strategi* 3, no. 2 (2012): 1–7.
<http://ejournal.iaimu.ac.id/index.php/almiftah/article/view/186/177>.
- Wibowo, Ari. “Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah.” *WARDAH: Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2021): 1–13.
- Zannettou, Savvas, Olivia Nemes-Nemeth, Oshrat Ayalon, Angelica Goetzen, Krishna P Gummadi, Elissa M Redmiles, and Franziska Roesner. “Analyzing User Engagement with TikTok’s Short Format Video Recommendations Using Data Donations.” In *Proceedings of the 2024 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–16, 2024.