

**STRATEGI DAKWAH ISLAM BERBASIS SHORT VIDEO :
ANALISIS KONTEN PENYIARAN DIGITAL GUS IQDAM MUHAMMAD DI
PLATFORM TIKTOK****Sartika Dirham¹, Ramsiah Tasruddin²**sartikacici98@gmail.com¹, ramsiah.tasruddin@uin-alauddin.ac.id²**Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar****ABSTRAK**

Perkembangan media sosial telah mendorong perubahan pola dakwah Islam dari media konvensional menuju media digital, termasuk platform TikTok yang berbasis short video. Fenomena ini dimanfaatkan oleh Gus Iqdam Muhammad sebagai sarana penyebaran pesan-pesan dakwah kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah yang digunakan Gus Iqdam dalam konten short video TikTok serta mengidentifikasi bentuk pesan dakwah yang disampaikan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (content analysis) Klaus Krippendorff. Data penelitian diperoleh dari 10 video TikTok Gus Iqdam yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, kemudian dianalisis melalui proses coding, kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori Strategi Dakwah Moh. Ali Aziz dan teori New Media Pierre Lévy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah Gus Iqdam didominasi oleh penggunaan metode mau'izhah hasanah, storytelling, humor, dan motivasi keagamaan yang disampaikan dengan bahasa sederhana serta dekat dengan realitas kehidupan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah menunjukkan adanya adaptasi terhadap karakteristik media baru yang interaktif dan partisipatif. Bentuk pesan dakwah yang ditemukan terdiri atas pesan akidah, syariah, dan akhlak, dengan dominasi pesan akhlak sebesar 60%, akidah 30%, dan syariah 10%. Temuan ini menunjukkan bahwa dakwah Gus Iqdam lebih berorientasi pada pembinaan karakter dan perbaikan perilaku sosial masyarakat. Implikasi penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan keagamaan, tetapi juga oleh kemampuan dai dalam mengemas pesan secara kontekstual dan menyesuaikannya dengan karakteristik media serta kebutuhan audiens digital.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Tiktok, Strategi Dakwah, Pesan Dakwah, Gus Iqdam.

ABSTRACT

The rapid development of social media has transformed Islamic preaching (da'wah) practices from conventional media to digital platforms, including TikTok, a short-video-based application. This phenomenon has been utilized by Gus Iqdam Muhammad as a medium for disseminating Islamic messages to a wider audience, particularly among younger generations. This study aims to analyze the da'wah strategies employed by Gus Iqdam in TikTok short-video content and to identify the forms of da'wah messages conveyed through the platform. The research adopts a qualitative approach using Klaus Krippendorff's content analysis method. The data were collected from ten TikTok videos of Gus Iqdam selected through purposive sampling and analyzed through coding, categorization, interpretation, and conclusion drawing. The analysis is grounded in Moh. Ali Aziz's Da'wah Strategy Theory and Pierre Lévy's New Media Theory. The findings reveal that Gus Iqdam's da'wah strategy is primarily characterized by the use of mau'izhah hasanah (good counsel), storytelling, humor, and religious motivation delivered through simple language closely connected to everyday social realities. Furthermore, the utilization of TikTok as a da'wah medium reflects an adaptation to the interactive and participatory characteristics of new media. The forms of da'wah messages identified in the analyzed content consist of aqidah (faith), syariah (Islamic law), and akhlak (morality), with moral messages being the most dominant (60%), followed by faith-related messages (30%) and Islamic law messages (10%). These findings indicate that Gus Iqdam's digital da'wah is largely oriented toward character building and the improvement of social behavior within society. The study implies that the effectiveness of digital da'wah is determined not only by the substance of religious messages but also by the preacher's ability to package and adapt those messages to the

characteristics of digital media and the needs of contemporary audiences.

Keywords: *Digital Da'wah, Tiktok, Da'wah Strategy, Da'wah Messages, Gus Iqdam.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola penyebaran informasi keagamaan di masyarakat. Dakwah yang sebelumnya identik dengan mimbar, majelis taklim, dan media konvensional kini mengalami transformasi ke ruang digital. Kehadiran media sosial memungkinkan pesan-pesan keislaman disampaikan secara lebih cepat, luas, dan tanpa batas geografis. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi hanya berlangsung secara tatap muka, tetapi juga melalui berbagai platform digital yang dekat dengan kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Perubahan tersebut menuntut para dai untuk mampu beradaptasi dengan karakteristik media baru agar pesan dakwah tetap relevan dan mudah diterima oleh khalayak. (Putra, Adde, and Fitri 2023).

Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok . Platform ini menawarkan format video pendek (Short video) yang memungkinkan pengguna menyampaikan pesan secara ringkas, menarik, dan mudah dipahami. Karakteristik TikTok yang mengedepankan visual, kreativitas, serta interaktivitas menjadikannya tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan dakwah. Melalui fitur algoritma yang dimiliki, konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas sehingga membuka peluang baru bagi penyebaran nilai-nilai Islam di era digital. Kondisi tersebut menjadikan TikTok sebagai salah satu media dakwah yang potensial bagi para pendakwah kontemporer. (Amiruddin 2023).

Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah menunjukkan bahwa strategi penyampaian pesan keagamaan perlu menyesuaikan dengan karakter audiens digital. Generasi muda sebagai pengguna dominan TikTok cenderung lebih tertarik pada konten yang singkat, komunikatif, dan menghibur. Oleh karena itu, keberhasilan dakwah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan, tetapi juga oleh kemampuan dai dalam mengemas pesan tersebut secara menarik. Dalam konteks ini, strategi dakwah menjadi aspek penting karena menentukan bagaimana pesan agama dapat diterima, dipahami, dan direspons oleh masyarakat digital. (Alfianti, Widayanti, and Assidqiah 2025).

Di antara tokoh yang cukup menonjol dalam dakwah digital saat ini adalah Gus Iqdam Muhammad. Kehadirannya menarik perhatian masyarakat karena gaya ceramah yang santai, humoris, dan dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari. Berbeda dengan pola dakwah yang cenderung formal, Gus Iqdam menghadirkan pendekatan yang lebih komunikatif sehingga mampu menjangkau berbagai kalangan, termasuk kelompok muda yang sebelumnya kurang tertarik mengikuti kajian keagamaan. Popularitasnya tidak hanya terlihat dalam kegiatan dakwah secara langsung, tetapi juga melalui penyebaran potongan-potongan ceramah yang beredar luas di berbagai platform media sosial, termasuk TikTok . (Azizah and Ni'amah 2024).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi dakwah Gus Iqdam banyak memanfaatkan pendekatan al-hikmah, mau'izhah hasanah, penggunaan bahasa yang sederhana, serta humor yang kontekstual. Selain itu, distribusi konten dakwah melalui media digital terbukti mampu memperluas jangkauan pesan dan membangun kedekatan emosional dengan audiens. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada dakwah Gus Iqdam melalui YouTube atau kajian umum mengenai media sosial, sehingga kajian yang secara khusus menyoroti strategi dakwah berbasis Short video pada platform TikTok masih relatif terbatas. (Nikmah 2025; Yuwafik and Dina Fathiana Hidayah 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana strategi dakwah yang digunakan oleh Gus Iqdam Muhammad dalam konten Short video di platform TikTok ? dan bagaimana bentuk pesan dakwah yang disampaikan dalam konten Short video Gus Iqdam Muhammad di TikTok ?. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, tetapi juga menjadi referensi bagi para dai dalam mengoptimalkan media digital sebagai sarana dakwah yang efektif di era kontemporer.

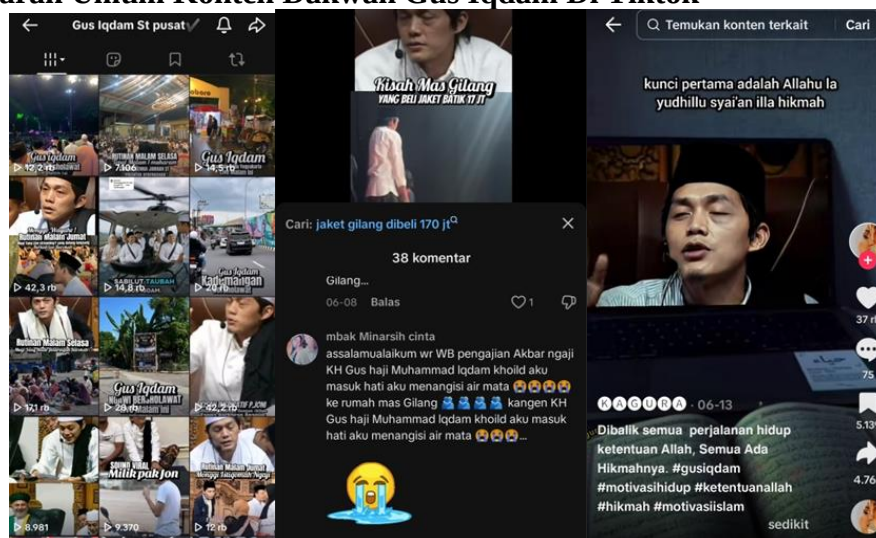
METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis isi (content analysis). Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan strategi dakwah serta bentuk pesan dakwah yang terdapat dalam konten TikTok Gus Iqdam Muhammad. Menurut Krippendorff, analisis isi merupakan teknik penelitian yang digunakan untuk menghasilkan inferensi yang valid dan dapat direplikasi dari data berdasarkan konteks penggunaannya. Objek penelitian ini adalah konten dakwah Gus Iqdam di platform TikTok, dengan sampel penelitian berupa 10 video short. video yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan tingkat popularitas, relevansi tema, dan kesesuaian dengan fokus penelitian.

Data primer diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap video yang menjadi sampel penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan literatur yang relevan. Analisis data dilakukan melalui tahapan penentuan unit analisis, proses coding, kategorisasi data, interpretasi temuan, dan penarikan kesimpulan. Kategori analisis meliputi strategi dakwah (al-hikmah, mau'izhah hasanah, storytelling, humor, dan motivasi), bentuk pesan dakwah (akidah, syariah, dan akhlak), serta karakteristik media baru pada platform TikTok. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan menggunakan teori Strategi Dakwah Moh. Ali Aziz dan teori New Media Pierre Lévy untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai praktik dakwah digital Gus Iqdam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Konten Dakwah Gus Iqdam Di Tiktok



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2026

Berdasarkan hasil observasi terhadap konten dakwah yang beredar pada akun TikTok Gus Iqdam St Pusat serta beberapa akun fanbase yang menayangkan ulang ceramah beliau, ditemukan bahwa pola penyebaran dakwah tidak lagi terbatas pada ruang kajian secara langsung, tetapi telah mengalami transformasi ke dalam bentuk digital yang lebih dinamis.

Konten-konten tersebut pada dasarnya merupakan potongan ceramah dari kegiatan majelis taklim yang kemudian dipilih, dipotong, dan dikemas ulang menjadi video pendek (short video) dengan durasi sekitar 30 detik hingga 3 menit. Menurut Putra et al. (2023), TikTok menjadi ruang baru dakwah digital karena mendukung format video pendek yang cepat dikonsumsi audiens. Format ini disesuaikan dengan karakteristik platform TikTok yang menekankan kecepatan konsumsi informasi dan daya tarik visual dalam waktu singkat.

Berbeda dengan model ceramah konvensional yang umumnya berlangsung dalam durasi panjang, konten TikTok Gus Iqdam menampilkan bagian-bagian tertentu yang dianggap menarik, inspiratif, atau memiliki nilai emosional yang kuat. Potongan video tersebut biasanya memuat nasihat singkat, kisah kehidupan jamaah, motivasi keagamaan, maupun pesan moral yang dekat dengan kehidupan sehari-hari. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar video tidak membahas persoalan fikih yang kompleks, tetapi lebih berfokus pada tema-tema yang mudah dipahami oleh masyarakat umum. Hal ini menunjukkan adanya penyesuaian isi dakwah terhadap karakteristik pengguna media sosial yang menginginkan informasi yang praktis dan relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Menurut Amiruddin (2023), dakwah digital yang mengangkat tema-tema kontekstual memiliki peluang lebih besar untuk diterima oleh audiens media sosial dibandingkan materi yang terlalu teoritis.

Selain itu, konten dakwah Gus Iqdam juga memiliki karakteristik yang khas dalam penyampaian. Berdasarkan pengamatan terhadap sampel video, ditemukan bahwa ceramah yang disampaikan cenderung menggunakan bahasa sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Gus Iqdam tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan secara normatif, tetapi juga mengaitkannya dengan realitas kehidupan masyarakat. Penggunaan bahasa sehari-hari menjadikan dakwah terasa lebih dekat dan tidak menimbulkan kesan formal yang berlebihan. Menurut Uyun (2023), penggunaan bahasa yang sederhana dalam dakwah digital merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar konten mengandung unsur cerita atau pengalaman nyata yang dialami jamaah. Cerita tersebut kemudian dijadikan sarana untuk menyampaikan nilai-nilai keislaman seperti pentingnya taubat, menghormati orang tua, menjaga pergaulan, dan meningkatkan kualitas ibadah. Kehadiran unsur cerita membuat pesan dakwah lebih mudah diterima karena audiens dapat menghubungkannya dengan pengalaman hidup mereka sendiri. Menurut Azizah and Ni'amah (2024), pendekatan storytelling dalam dakwah digital mampu meningkatkan daya tarik konten sekaligus memperkuat pemahaman audiens terhadap pesan keagamaan yang disampaikan.

Berdasarkan hasil coding terhadap 10 video yang dianalisis, ditemukan bahwa tema akhlak menjadi tema yang paling dominan muncul dalam konten dakwah Gus Iqdam. Selain tema akhlak, terdapat pula tema akidah dan syariah yang muncul dalam beberapa video. Dominasi tema akhlak menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan lebih menekankan aspek pembinaan karakter dan perubahan perilaku masyarakat. Temuan ini sejalan dengan perkembangan dakwah digital yang saat ini cenderung berorientasi pada penyelesaian persoalan sosial dan moral yang dihadapi masyarakat modern. Menurut Musdalifah and Salisah (2022), konten dakwah di media sosial umumnya lebih banyak mengangkat isu-isu moral dan sosial karena dianggap lebih dekat dengan kebutuhan audiens digital.

Tabel 1. Hasil Coding Konten Dakwah Gus Iqdam di TikTok

No	Judul/Topik Video	Pesan Dakwah	Strategi Dakwah	Unsur New Media	Keterangan
1	Kunci Pertama Adalah Allah	Akidah	Mau'izhah Hasanah	Subtitle, Komentar	Mengajak bersandar kepada Allah

2	Kisah Jaket 170 Juta	Akhlak	<i>Storytelling</i>	Komentar, Share	Mengandung kisah inspiratif kehidupan jamaah
3	Semua Ada Hikmahnya	Akidah	Al-Hikmah	Subtitle	Menanamkan keyakinan terhadap takdir Allah
4	Jangan Tinggalkan Salat	Syariah	Mau'izhah Hasanah	Subtitle	Ajakan meningkatkan ibadah
5	Kisah Jamaah Bertobat	Akhlak	<i>Storytelling</i>	Komentar, Share	Menunjukkan pentingnya taubat
6	Hormati Orang Tuamu	Akhlak	Mau'izhah Hasanah	Subtitle	Pesan berbakti kepada orang tua
7	Jangan Merasa Paling Suci	Akhlak	Humor	Komentar	Kritik sosial dengan pendekatan ringan
8	Allah Tidak Melihat Masa Lalumu	Akidah	Motivatif	Share	Menumbuhkan optimisme spiritual
9	Pergaulan Anak Muda	Akhlak	<i>Storytelling</i>	Komentar	Mengingatkan dampak lingkungan pergaulan
10	Pentingnya Bersyukur	Akhlak	Al-Hikmah	Subtitle	Menanamkan sikap syukur

Sumber: Hasil observasi dan coding peneliti terhadap 10 video TikTok Gus Iqdam, 2026.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 10 konten TikTok Gus Iqdam, ditemukan bahwa pesan dakwah yang paling dominan adalah pesan akhlak. Materi akhlak tampak pada konten yang membahas hubungan antarsesama, penghormatan kepada orang tua, pentingnya taubat, serta menjaga perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, dari aspek strategi dakwah, metode yang paling sering digunakan adalah mau'izhah hasanah dan storytelling. Kedua strategi tersebut memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara sederhana, dekat dengan pengalaman hidup audiens, serta mudah diterima oleh pengguna TikTok.

Strategi Dakwah Gus Iqdam Dalam Konten Short Video Tiktok

Berdasarkan hasil analisis terhadap sepuluh konten TikTok yang menjadi sampel penelitian, strategi dakwah Gus Iqdam menunjukkan adanya kemampuan adaptasi terhadap karakteristik media digital dan kebutuhan audiens. Jika dianalisis menggunakan teori strategi dakwah Moh. Ali Aziz, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuan dai dalam mengelola unsur-unsur dakwah yang meliputi da'i, mad'u, materi, metode, dan media. Temuan penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah Gus Iqdam terletak pada pemilihan materi yang kontekstual, penggunaan metode yang persuasif, serta pemanfaatan media TikTok sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan.

1. Pemilihan Materi Dakwah yang Kontekstual

Salah satu strategi utama yang ditemukan dalam konten TikTok Gus Iqdam adalah pemilihan materi dakwah yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Berdasarkan hasil coding, enam dari sepuluh video yang dianalisis mengandung pesan akhlak yang berkaitan dengan hubungan sosial, penghormatan kepada orang tua, pergaulan, dan perubahan perilaku. Temuan ini menunjukkan bahwa Gus Iqdam lebih banyak mengangkat persoalan yang sering dihadapi masyarakat dibandingkan pembahasan keagamaan yang bersifat normatif dan kompleks.

Menurut Moh. Ali Aziz, materi dakwah harus disesuaikan dengan kebutuhan mad'u agar pesan dapat diterima secara efektif. Strategi ini terlihat jelas dalam konten Gus Iqdam yang lebih banyak membahas persoalan sehari-hari dibandingkan tema-tema teologis yang berat. Dengan demikian, audiens tidak hanya memperoleh pengetahuan agama, tetapi juga solusi terhadap persoalan yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini

menunjukkan bahwa dakwah yang kontekstual memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian pengguna media sosial yang cenderung menyukai konten yang relevan dengan pengalaman mereka.

2. Penggunaan Metode Mau'izhah Hasanah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode mau'izhah hasanah menjadi salah satu strategi yang paling dominan digunakan dalam konten dakwah Gus Iqdam. Hal ini terlihat pada video yang berisi nasihat tentang pentingnya salat, menghormati orang tua, serta menjaga hubungan dengan Allah. Nasihat tersebut disampaikan menggunakan bahasa yang santun, sederhana, dan tidak menghakimi audiens.

Menurut Moh. Ali Aziz, mau'izhah hasanah merupakan metode dakwah yang dilakukan melalui pemberian nasihat yang baik sehingga mampu menyentuh hati mad'u. Dalam konteks TikTok, metode ini menjadi efektif karena audiens media sosial cenderung lebih menerima pesan yang bersifat persuasif dibandingkan pesan yang bernada menyalahkan. Misalnya, dalam salah satu video Gus Iqdam menyampaikan:

"Kalau masih punya orang tua, bahagiakan. Jangan tunggu kehilangan baru menyesal." (Observasi konten TikTok Gus Iqdam, 2026).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah disampaikan secara lembut namun memiliki kekuatan emosional yang tinggi. Pendekatan seperti ini membuat audiens merasa diajak untuk berubah, bukan dipaksa atau dihakimi.

3. Penggunaan Storytelling sebagai Strategi Dakwah

Selain nasihat langsung, strategi yang cukup dominan ditemukan dalam penelitian ini adalah penggunaan storytelling atau penyampaian pesan melalui kisah kehidupan nyata. Berdasarkan hasil coding, terdapat tiga video yang menggunakan pendekatan cerita sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Cerita yang disampaikan umumnya berasal dari pengalaman jamaah atau fenomena sosial yang kemudian dikaitkan dengan nilai-nilai Islam.

Dalam teori Moh. Ali Aziz, metode dakwah harus mampu menyesuaikan cara penyampaian pesan dengan karakteristik mad'u. Penggunaan storytelling menunjukkan bahwa Gus Iqdam memahami kecenderungan audiens digital yang lebih mudah tertarik pada cerita dibandingkan penjelasan yang bersifat teoritis. Kisah-kisah tersebut berfungsi sebagai media refleksi yang membantu audiens memahami pesan agama melalui pengalaman yang konkret dan dekat dengan kehidupan mereka.

Strategi ini juga membuat dakwah terasa lebih humanis karena audiens tidak hanya mendengar perintah atau larangan, tetapi melihat bagaimana nilai-nilai Islam diterapkan dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, storytelling menjadi salah satu strategi yang memperkuat daya tarik konten dakwah Gus Iqdam di TikTok.

4. Pemanfaatan Humor dalam Dakwah

Temuan penelitian juga menunjukkan adanya penggunaan humor dalam beberapa konten dakwah Gus Iqdam. Humor digunakan untuk menciptakan suasana yang lebih santai sekaligus mengurangi kesan formal yang sering melekat pada ceramah keagamaan. Melalui humor, pesan dakwah dapat disampaikan tanpa mengurangi substansi nilai-nilai Islam yang ingin ditanamkan kepada audiens.

Dalam perspektif strategi dakwah, humor dapat dipahami sebagai bentuk kreativitas komunikasi yang bertujuan menjaga perhatian mad'u. Penggunaan humor juga relevan dengan karakteristik pengguna TikTok yang lebih menyukai konten yang ringan dan menghibur. Dengan demikian, humor tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat efektivitas penyampaian pesan dakwah.

5. Pemanfaatan TikTok sebagai Media Dakwah

Menurut Moh. Ali Aziz, media merupakan salah satu unsur penting dalam strategi dakwah karena berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan kepada mad'u. Berdasarkan

hasil penelitian, TikTok menjadi media yang dimanfaatkan secara efektif oleh Gus Iqdam untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui format short video, pesan dakwah dapat diterima dengan cepat dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial.

Pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah menunjukkan kemampuan Gus Iqdam dalam menyesuaikan strategi dakwah dengan perkembangan teknologi komunikasi. Konten-konten yang dianalisis umumnya dikemas dalam durasi singkat, menggunakan subtitle, serta memuat potongan ceramah yang dianggap menarik dan relevan dengan kebutuhan audiens digital. TikTok menjadi salah satu media yang efektif untuk penyebaran dakwah karena memiliki karakter visual, audio, dan algoritma distribusi yang mampu menjangkau Generasi Z secara lebih luas dibandingkan media konvensional.(Husna et al. 2024)

Temuan ini sejalan dengan teori New Media yang dikemukakan Pierre Lévy. Menurut Lévy, media baru memungkinkan terjadinya komunikasi yang bersifat interaktif, partisipatif, dan berbasis jaringan digital. Karakteristik tersebut terlihat dalam konten dakwah Gus Iqdam yang memperoleh respons melalui fitur komentar, like, dan share. Bahkan, banyak konten dakwah yang diunggah ulang oleh akun fanbase sehingga penyebaran pesan tidak hanya bergantung pada akun utama, tetapi juga pada partisipasi pengguna media sosial.

Selain itu, keberadaan algoritma TikTok melalui fitur For You Page (FYP) memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kondisi ini menunjukkan bahwa media baru tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi dan distribusi informasi yang mendukung efektivitas dakwah digital

Berdasarkan teori strategi dakwah Moh. Ali Aziz, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah Gus Iqdam dibangun melalui tiga aspek utama, yaitu pemilihan materi yang kontekstual, penggunaan metode yang persuasif, dan pemanfaatan media digital yang sesuai dengan karakteristik audiens. Materi dakwah yang dominan berupa pesan akhlak menunjukkan adanya orientasi pada pembinaan karakter masyarakat. Sementara itu, metode mau'izhah hasanah, storytelling, dan humor menunjukkan upaya untuk menyampaikan pesan agama secara lebih komunikatif dan mudah diterima.

Sehingga, strategi dakwah Gus Iqdam dapat dikategorikan sebagai strategi dakwah adaptif yang mampu menyesuaikan pesan, metode, dan media dengan kebutuhan masyarakat digital. Temuan ini sekaligus menjawab rumusan masalah pertama bahwa keberhasilan dakwah Gus Iqdam di TikTok tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan keagamaan, tetapi juga oleh kemampuannya mengemas dakwah secara kontekstual, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik media baru.

Bentuk Pesan Dakwah Dalam Konten Tiktok Gus Iqdam

Pesan dakwah merupakan inti dari proses komunikasi dakwah yang bertujuan menyampaikan nilai-nilai Islam kepada masyarakat. Menurut Moh. Ali Aziz, pesan dakwah adalah seluruh ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang disampaikan kepada mad'u untuk membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku yang sesuai dengan tuntunan agama. Berdasarkan hasil analisis terhadap sepuluh konten TikTok Gus Iqdam yang menjadi sampel penelitian, ditemukan tiga bentuk utama pesan dakwah, yaitu pesan akidah, syariah, dan akhlak. Namun, dari ketiga kategori tersebut, pesan akhlak merupakan bentuk pesan yang paling dominan.

Tabel 2. Rekapitulasi Bentuk Pesan Dakwah

Bentuk Pesan Dakwah	Frekuensi	Persentase
Akhlak	6	60%
Akidah	3	30%

Syariah	1	10%
Total	10	100%

Sumber: Hasil coding peneliti terhadap 10 konten TikTok Gus Iqdam, 2026.

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa pesan akhlak mendominasi konten dakwah Gus Iqdam dengan persentase sebesar 60%. Sementara itu, pesan akidah muncul sebanyak 30% dan pesan syariah sebesar 10%. Temuan ini menunjukkan bahwa orientasi dakwah Gus Iqdam di TikTok lebih menitikberatkan pada pembinaan karakter dan perilaku sosial masyarakat dibandingkan pembahasan hukum Islam secara mendalam.

1. Pesan Akidah

Pesan akidah merupakan pesan yang berkaitan dengan keimanan dan keyakinan seorang muslim kepada Allah Swt. Berdasarkan hasil penelitian, pesan akidah ditemukan pada tiga video yang membahas tentang kepercayaan kepada Allah, pentingnya berharap kepada rahmat-Nya, serta keyakinan bahwa setiap manusia memiliki kesempatan untuk memperbaiki diri.

Salah satu contoh ditemukan pada konten bertema Allah Tidak Melihat Masa Lalumu. Dalam video tersebut Gus Iqdam menyampaikan:

"Jangan minder dengan masa lalumu. Allah tidak melihat seberapa buruk masa lalumu, tetapi seberapa sungguh kamu ingin kembali kepada-Nya." (Observasi konten TikTok Gus Iqdam, 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan adanya pesan akidah yang menekankan luasnya rahmat Allah dan pentingnya sikap optimis dalam menjalani kehidupan. Pesan ini sejalan dengan firman Allah Swt.:

"Katakanlah: Wahai hamba-hamba-Ku yang melampaui batas terhadap dirinya sendiri, janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah." (QS. Az-Zumar: 53). (Kementerian Agama Republik Indonesia 2020)

Melalui pesan semacam ini, Gus Iqdam berupaya membangun kesadaran bahwa setiap manusia memiliki peluang untuk berubah menjadi lebih baik tanpa harus terjebak pada kesalahan masa lalu. Temuan ini menunjukkan bahwa pesan akidah dalam dakwah Gus Iqdam tidak hanya berorientasi pada aspek keyakinan, tetapi juga berfungsi sebagai penguatan spiritual bagi audiens yang sedang menghadapi berbagai persoalan hidup.

2. Pesan Syariah

Pesan syariah merupakan pesan yang berkaitan dengan pelaksanaan ibadah dan ketentuan-ketentuan agama yang mengatur hubungan manusia dengan Allah. Berdasarkan hasil coding, pesan syariah ditemukan pada satu video yang membahas pentingnya menjaga salat sebagai kewajiban utama seorang muslim.

Dalam video tersebut, Gus Iqdam mengingatkan jamaah agar tidak meninggalkan salat meskipun sedang menghadapi berbagai kesibukan dunia. Pesan tersebut menunjukkan bahwa salat dipandang sebagai fondasi utama dalam kehidupan seorang muslim. Pesan ini sejalan dengan firman Allah Swt.:

"Dirikanlah salat, sesungguhnya salat itu mencegah dari perbuatan keji dan mungkar." (QS. Al-Ankabut: 45). (Kementerian Agama Republik Indonesia 2020)

Meskipun jumlahnya tidak sebanyak pesan akhlak dan akidah, keberadaan pesan syariah menunjukkan bahwa dakwah Gus Iqdam tetap memberikan perhatian terhadap aspek ibadah sebagai bagian penting dari kehidupan beragama. Namun, penyampaiannya dilakukan secara sederhana dan praktis sehingga lebih mudah dipahami oleh pengguna TikTok yang memiliki karakteristik konsumsi informasi yang cepat.

3. Pesan Akhlak

Berdasarkan hasil penelitian, pesan akhlak merupakan bentuk pesan yang paling dominan dalam konten TikTok Gus Iqdam. Dari sepuluh video yang dianalisis, enam video

mengandung pesan-pesan moral yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan sesama.

Tema-tema yang ditemukan meliputi penghormatan kepada orang tua, menjaga pergaulan, tidak meremehkan orang lain, pentingnya bersyukur, serta menghindari sikap sombong. Salah satu contoh terdapat pada konten bertema Hormati Orang Tuamu, ketika Gus Iqdam menyampaikan:

"Kalau masih punya orang tua, bahagiakan. Jangan tunggu kehilangan baru menyesal." (Observasi konten TikTok Gus Iqdam, 2026).

Pesan tersebut menunjukkan pentingnya *birrul walidain* atau berbakti kepada kedua orang tua. Hal ini sejalan dengan firman Allah Swt.:

"Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada kedua orang tua." (QS. Al-Isra': 23). (Kementerian Agama Republik Indonesia 2020)

Selain itu, pesan akhlak juga sering disampaikan melalui kisah-kisah kehidupan jamaah yang mengalami perubahan setelah mendekatkan diri kepada Allah. Penggunaan kisah nyata membuat pesan moral lebih mudah dipahami karena audiens dapat melihat contoh konkret dari nilai-nilai Islam yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dominasi pesan akhlak menunjukkan bahwa dakwah Gus Iqdam lebih berorientasi pada pembentukan karakter dan perubahan perilaku sosial masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Musdalifah and Salisah (2022), yang menyatakan bahwa dakwah di media sosial saat ini cenderung mengangkat isu-isu moral dan sosial karena dianggap lebih dekat dengan kebutuhan masyarakat digital.

Berdasarkan hasil analisis, bentuk pesan dakwah yang disampaikan Gus Iqdam mencakup tiga aspek utama ajaran Islam, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Namun demikian, pesan akhlak menjadi kategori yang paling dominan dengan persentase sebesar 60%. Temuan ini menunjukkan bahwa orientasi dakwah Gus Iqdam lebih menekankan pada upaya membangun karakter, memperbaiki hubungan sosial, dan mendorong perubahan perilaku masyarakat.

Dominasi pesan akhlak dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi terhadap kebutuhan audiens media sosial yang lebih sering berhadapan dengan persoalan moral dan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, pesan akidah berfungsi sebagai penguatan spiritual, dan pesan syariah berperan sebagai pengingat terhadap kewajiban ibadah seorang muslim. Dengan demikian, ketiga bentuk pesan tersebut saling melengkapi dalam membangun pemahaman keagamaan audiens di ruang digital.

Marzuki dkk (2026) menjelaskan bahwa dakwah di TikTok mengalami pergeseran menuju model mikro-dakwah yang memanfaatkan narasi singkat, humor, dan pesan yang mudah dipahami oleh Generasi Z. Temuan ini sejalan dengan dominasi pesan akhlak dalam konten Gus Iqdam yang dikemas secara sederhana dan dekat dengan kehidupan sehari-hari.

Temuan ini juga dapat dipahami melalui perspektif New Media Pierre Lévy. Menurut Lévy, media baru memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih berorientasi pada kebutuhan pengguna (*user-centered communication*). Dalam konteks TikTok, pengguna cenderung lebih tertarik pada konten yang praktis, relevan, dan memiliki kedekatan dengan pengalaman hidup mereka. Oleh karena itu, dominasi pesan akhlak dalam konten dakwah Gus Iqdam dapat dipandang sebagai bentuk adaptasi pesan dakwah terhadap karakteristik audiens digital yang lebih responsif terhadap isu-isu moral dan sosial dibandingkan pembahasan keagamaan yang bersifat teoritis.

Selain itu, format short video yang menjadi ciri khas TikTok menuntut penyampaian pesan secara singkat, jelas, dan mudah dipahami. Kondisi ini mendorong pesan-pesan akhlak menjadi lebih dominan karena lebih mudah dikemas dalam durasi pendek dibandingkan pembahasan syariah atau akidah yang memerlukan penjelasan lebih

mendalam. Dengan demikian, bentuk pesan dakwah yang ditemukan dalam penelitian ini tidak hanya mencerminkan pilihan materi dari seorang dai, tetapi juga menunjukkan adanya pengaruh karakteristik media baru terhadap proses penyampaian pesan dakwah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Dakwah Islam Berbasis Short video: Analisis Konten Penyiaran Digital Gus Iqdam di Platform TikTok, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, strategi dakwah yang digunakan Gus Iqdam dalam konten short video TikTok dilakukan melalui pemilihan materi yang kontekstual, penggunaan metode mau'izhah hasanah, storytelling, motivasi keagamaan, serta humor yang disesuaikan dengan karakteristik audiens media sosial. Strategi tersebut menunjukkan bahwa Gus Iqdam tidak hanya berfokus pada penyampaian ajaran agama, tetapi juga berupaya menghadirkan dakwah yang dekat dengan realitas kehidupan masyarakat. Selain itu, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah memperluas jangkauan pesan keagamaan melalui fitur-fitur digital yang memungkinkan interaksi dan penyebaran konten secara cepat. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi dakwah Gus Iqdam telah beradaptasi dengan karakteristik media baru yang bersifat interaktif dan partisipatif.

Kedua, bentuk pesan dakwah yang ditemukan dalam konten TikTok Gus Iqdam terdiri atas pesan akidah, syariah, dan akhlak. Berdasarkan hasil coding terhadap sepuluh video yang dianalisis, pesan akhlak menjadi kategori yang paling dominan dengan persentase sebesar 60%, disusul pesan akidah sebesar 30%, dan pesan syariah sebesar 10%. Dominasi pesan akhlak menunjukkan bahwa dakwah Gus Iqdam lebih banyak diarahkan pada pembinaan karakter, perbaikan perilaku sosial, penghormatan kepada orang tua, pentingnya bersyukur, menjaga pergaulan, serta membangun hubungan yang baik dengan sesama. Sementara itu, pesan akidah berfungsi sebagai penguatan keimanan dan optimisme spiritual, sedangkan pesan syariah berfungsi sebagai pengingat terhadap kewajiban ibadah seorang muslim.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah Gus Iqdam di TikTok tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan keagamaan yang disampaikan, tetapi juga oleh kemampuannya mengemas pesan dakwah secara sederhana, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media digital. Dengan demikian, TikTok dapat menjadi media dakwah yang efektif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas, khususnya generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Albahroyni, Hasan Sazali, and Khatibah. 2023. "Pengaruh Penyampaian Konten Dakwah Di Tiktok Terhadap Efektifitas Dakwah Salamtvtv 1-3." 8(2):345–62. <https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/nuansaakademik/article/view/1713/1526>.
- Al-Bukhari. 2010. *Shahih Bukhari Terjemahan*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Alfianti, Amellia, Tri Widayanti, and Mulhima Assidqiah. 2025. "Klasifikasi Dan Analisis Konten Dakwah Di Aplikasi Tiktok: Tema Dan Bentuk Penyampaiaan." 21(2):208–22.
- Amiruddin, Moh. 2023. "Analisis Komparasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial TikTok." 4(1):111–34. <https://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/j-kis/article/view/696/434>.
- Aziz, Moh. Ali. 2024. *Ilmu Dakwah (Edisi Revisi)*. 7th ed. Jakarta: Kencana.
- Azizah, Khofifatul, and Luthfi Ulfa Ni'amah. 2024. "Strategi Dakwah Gus Iqdam Pada Channel Youtube Gus Iqdam Official." 5(1):48–69.
- Husna, Lathifah Irsyadiyah, Yazida Ichsan, Neysa Felesufa, Durotun Nasekha, and Anggie Purwitasari. 2024. "Dakwah Digital : Urgensi TikTok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Z Digital Preaching : The Urgency of TikTok as a Platform for Preaching to Generation Z."

- 4(2):81–88.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2020. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Edisi Revisi 2020). Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Laksono, Puji. 2023. "Risalah Teori-Teori Komunikasi Massa." 8(1):1–12.
- Marzuki, Muhamad, Lalu Haqqulyakin Mulyawan, and Muhammad Yani. 2026. "Narasi Spritual Di Tiktok : Strategi Mikro-Dakwah Dan Budaya Partisipatif Generasi Z Di Indonesia." 4(1).
- Musdalifah, Intan, and Nikmah Hadiati Salisah. 2022. "Cyberdakwah : Tiktok Sebagai Media Baru." 12:176–95. doi:10.35905/komunida.v7i2.http.
- Naamy, Nazar. 2023. "Da'wah on New Media and Religious Authorities in Indonesia." 43(35). <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/18307/5099>.
- Nikmah, Faridhatun. 2025. "Strategi Dan Model Dakwah Gus Iqdam Di Majelis Sabilu Taubah Melalui Distribusi Konten Multiplatform Digital." 6(1):60–80. <https://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/qaulan/article/view/10628/3975>.
- Putra, Robby Aditya, Exsan Adde, and Maulida Fitri. 2023. "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Terhadap Generasi Z." 07(01):58–71.
- Rahmathya, Anggraini Rizqi, Eraskaita Ginting, and Gita Astrid. 2023. "Pola Komunikasi Mahasiswa Dan Dosen Pada Proses Pembelajaran Online Semasa Pandemi Covid-19 Di Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Uin Raden Fatah Palembang." 02:16–28.
- Uyun, Unsiyatul. 2023. "Retorika Dakwah Husain Basyaiban Dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok." 4:125–43.
- Yuwafik, Muhammad Hamdan, and Dina Fathiana Hidayah. 2024. "Strategi Dakwah Gus Iqdam Dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan Kepemimpinan Pada Akun Tiktok @GusIqdammuhammad." 5:56–67. <https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/ittishol/article/view/1047/568>.