

Telaah Strategi Dakwah yang Efektif Secara Komunikatif dari Akun Instagram @penting_ngaji_ melalui Perspektif Teori Etika

Muhammad Izzul Muttaqin^{1*}, Moh. Amiruddin², Evi Nurhalimah³

¹⁻³ Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia

Korespondensi penulis: muhammadizzulmuttaqin21@alqolam.ac.id^{1*}

Abstract. *This study examines the da'wah strategy employed by the Instagram account @penting_ngaji_, which features a question-and-answer (Q&A) approach to fiqh issues based on trusted Islamic reference books (mu'tabarah). Amid the rise of digital da'wah content that often emphasizes sensationalism and virality, this account presents a model of da'wah that is respectful, scholarly, and ethical. The aim of this research is to explore how this account has developed an effective da'wah strategy that communicates effectively while remaining grounded in Islamic moral principles. The research uses content analysis of 20 video reels published between February 1 and June 1, 2025. Each piece of content is analyzed based on communication style, use of references from Islamic texts, message structure, and ethical values reflected in the delivery of the da'wah. The analysis applies communication ethics theories, specifically deontological and teleological approaches. The deontological approach focuses on the moral duties and principles involved in delivering da'wah, while the teleological approach emphasizes the outcomes achieved from the da'wah delivery, particularly in terms of achieving beneficial goals for the audience. The findings show that @penting_ngaji_ has successfully developed a value-based preaching model that is adaptable to social media, without compromising the substance and ethics of the da'wah. This model uses simple, logical language grounded in trusted Islamic texts, addressing relevant issues faced by Muslims today. The study is expected to contribute to the development of higher-quality digital da'wah, serving as a reference for digital preachers to maintain ethics and the validity of religious sources in the modern era. It emphasizes the importance of ensuring that da'wah remains consistent with authentic Islamic teachings, even when delivered through digital platforms that often prioritize speed and popularity.*

Keywords: Digital Da'wah, Ethical Communication, Instagram, Islamic Jurisprudence, Q&A Content

Abstrak. Penelitian ini mengkaji strategi dakwah yang dilakukan oleh akun Instagram @penting_ngaji_, yang menampilkan pendekatan tanya jawab (Q&A) fiqih kasuistik berbasis kitab-kitab mu'tabarah. Di tengah maraknya konten dakwah digital yang lebih menekankan sensasi dan viralitas, akun ini hadir dengan model dakwah yang santun, bernuansa ilmiah, dan etis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menelaah bagaimana akun tersebut menyusun strategi dakwah yang efektif secara komunikatif namun tetap berpijak pada prinsip moral Islam. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi terhadap 20 video reels yang dipublikasikan antara 1 Februari hingga 1 Juni 2025. Setiap konten dianalisis berdasarkan gaya komunikasi, penggunaan rujukan kitab, struktur pesan, serta nilai-nilai etika yang tercermin dalam penyampaian dakwah. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori etika komunikasi, khususnya pendekatan deontologis dan teleologis. Pendekatan deontologis berfokus pada kewajiban moral dan prinsip-prinsip dalam penyampaian dakwah, sedangkan pendekatan teleologis menekankan hasil yang dicapai dari penyampaian dakwah tersebut, terutama dalam konteks pencapaian tujuan dakwah yang baik. Hasil kajian menunjukkan bahwa @penting_ngaji_ berhasil mengembangkan model dakwah berbasis nilai (value-based preaching) yang adaptif terhadap media sosial, tanpa mengabaikan substansi dan akhlak dakwah. Model ini memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menyebarkan ajaran Islam secara luas dengan cara yang mudah dipahami, namun tetap berbasis pada rujukan yang sahih dan relevan. Selain itu, akun ini mampu menjaga kualitas pesan dakwah dengan tidak mengorbankan prinsip moral dalam setiap kontennya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan dakwah digital yang lebih berkualitas dan lebih beretika, serta menjadi referensi bagi dai digital dalam menjaga integritas dan validitas sumber keagamaan di era modern. Hal ini penting untuk memastikan bahwa dakwah yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran Islam yang autentik, meskipun melalui platform digital yang cenderung bersifat instan dan seringkali mengutamakan popularitas.

Kata kunci : Digital Da'wah, Komunikasi Etika, Instagram, Fiqih Islam, Konten Tanya Jawab

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara umat Islam menyampaikan dan menerima dakwah. Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial, dakwah tidak lagi terbatas pada mimbar, majelis taklim, atau media cetak. Saat ini, media sosial menjadi medium alternatif yang sangat strategis dalam menjangkau khalayak luas secara cepat, personal, dan interaktif. Instagram, sebagai salah satu platform populer di kalangan generasi muda, menawarkan format visual dan audiovisual yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan nilai-nilai Islam secara kreatif dan kontekstual.

Fenomena ini turut melahirkan sejumlah akun dakwah yang memanfaatkan platform digital sebagai media utama dalam menyampaikan pesan keislaman. Namun demikian, di tengah arus dakwah digital yang sangat dinamis dan kompetitif, tidak semua konten dakwah yang beredar di media sosial memenuhi standar keilmuan maupun etika komunikasi Islam. Banyak di antaranya yang menekankan aspek sensasional, menggunakan bahasa provokatif, atau bahkan menyampaikan fatwa tanpa dasar keilmuan yang kuat. Hal ini tentu menimbulkan kekhawatiran terhadap kualitas pemahaman agama di masyarakat digital, serta potensi terjadinya disinformasi keagamaan.

Dalam konteks tersebut, menarik untuk mengkaji akun Instagram @penting_ngaji_ yang menampilkan model dakwah yang berbeda. Akun ini dikenal dengan pendekatan dakwah berbasis tanya jawab fiqih kasuistik yang dikemas dalam format video pendek (reels), di mana pertanyaan dari pengikut dijawab secara langsung, ringkas, dan disertai kutipan kitab fiqih mu'tabarah (kitab-kitab otoritatif dalam mazhab Syafi'i). Uniknya, meskipun mengusung pendekatan yang sangat teknis (kasuistik), akun ini tetap menjaga kesantunan bahasa, kesederhanaan visual, dan otoritas rujukan, menjadikannya menonjol di tengah arus konten dakwah yang serba cepat.

Model dakwah seperti ini dapat dilihat sebagai bentuk respon terhadap tantangan zaman, sekaligus usaha untuk menjaga kesinambungan tradisi keilmuan Islam dalam format yang dapat diterima oleh publik digital. Oleh karena itu, penting untuk menelaah bagaimana strategi komunikasi dakwah akun ini bekerja, khususnya dalam hal gaya penyampaian, penggunaan sumber rujukan, dan penerapan prinsip-prinsip etika komunikasi dalam Islam.

Dalam kajian dakwah, etika komunikasi menjadi aspek penting yang menentukan keberhasilan dan keberhasilan pesan. Al-Qur'an dalam QS An-Nahl: 125 menegaskan bahwa dakwah harus disampaikan dengan hikmah (kebijaksanaan), mau'izhah hasanah (nasehat yang baik), dan mujadalah bi al-lati hiya ahsan (dialog dengan cara yang paling baik). Prinsip-prinsip ini menuntut pendakwah untuk tidak hanya menyampaikan isi yang benar, tetapi juga

menggunakan metode yang beradab, empatik, dan menghormati kondisi audiens. Dalam kerangka teori komunikasi modern, pendekatan ini dapat dikaji melalui teori etika komunikasi, baik secara deontologis (kewajiban menyampaikan dengan cara yang benar) maupun teleologis (penekanan pada dampak dan kemaslahatan).

Sejauh ini, studi akademik yang membahas konten dakwah berbasis kitab klasik dalam format digital masih sangat terbatas. Kebanyakan penelitian tentang dakwah digital lebih menyoroti aspek popularitas, engagement, atau efektivitas komunikasi, tetapi belum banyak yang mengkaji dari aspek etika penyampaian, terutama dalam konteks dakwah berbasis fiqh mu'tabarah. Padahal, menjaga hubungan antara keilmuan klasik dan komunikasi modern menjadi tantangan tersendiri dalam era digital ini.

Berdasarkan paparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menelaah strategi komunikasi dakwah akun @penting_ngaji_ melalui perspektif teori etika komunikasi. Fokus utama kajian ini adalah bagaimana akun tersebut menyusun narasi dakwah yang tetap menjaga adab, rujukan yang shahih, dan etika dalam menyampaikan jawaban kepada audiens. Dengan menganalisis 20 konten video reels yang diunggah dalam rentang waktu 1 Februari hingga 1 Juni 2025, penelitian ini akan mengungkap bagaimana bentuk komunikasi keagamaan yang etis dan berbasis nilai dapat dikembangkan dalam lanskap media sosial yang serba cepat.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian dakwah kontemporer, serta kontribusi praktis bagi para dai dan pengelola media dakwah digital dalam menyusun strategi komunikasi yang tidak hanya efektif, tetapi juga bermartabat dan berakar kuat dalam tradisi keilmuan Islam.

2. KAJIAN TEORITIS

Etika Komunikasi dalam Dakwah Islam

Dalam Islam, komunikasi tidak hanya dimaknai sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana penyambung nilai, etika, dan akhlak. Etika komunikasi dalam dakwah merupakan refleksi dari nilai-nilai Islam itu sendiri. Al-Qur'an secara eksplisit memberikan panduan etika berdakwah melalui QS. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

Artinya: "*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik.*" (QS An-Nahl: 125)

Ayat tersebut menjadi dasar normatif bahwa penyampaian pesan dakwah harus dilakukan dengan *hikmah* (kebijaksanaan), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), serta *mujādalāh bi al-latī hiya aḥsan* (berdialog dengan cara yang terbaik). Dalam konteks ini, dakwah tidak sekadar menyampaikan benar atau salah, tetapi juga harus memperhatikan cara, nada, dan adab komunikasi.

Secara teoritis, Johannesen (2001) menguraikan dua pendekatan utama dalam etika komunikasi, yakni:

- a. Pendekatan Deontologis, yaitu bahwa tindakan komunikasi dianggap benar atau salah berdasarkan kewajiban moralnya, tanpa memandang akibatnya. Dalam konteks dakwah, ini berarti menyampaikan kebenaran adalah kewajiban, terlepas dari reaksi audiens.
- b. Pendekatan Teleologis, yaitu menilai etika berdasarkan akibat dari tindakan komunikasi. Suatu pesan dakwah dinilai etis jika memberikan manfaat, menghindari mudarat, dan memberikan pengaruh positif bagi audiens.

Kedua pendekatan ini dapat digunakan sebagai kerangka analisis dalam menilai strategi komunikasi akun @penting_ngaji_ — sejauh mana komunikasi dakwahnya menunaikan tanggung jawab moral serta berdampak positif secara sosial.

Dakwah Digital dan Media Sosial

Kemajuan teknologi informasi telah menciptakan ruang baru bagi aktivitas dakwah. Dakwah digital mengacu pada penyampaian pesan keislaman melalui platform digital seperti website, YouTube, Instagram, TikTok, hingga podcast. Media sosial kini menjadi sarana utama interaksi sosial masyarakat modern, termasuk dalam hal keagamaan.

Menurut Nasrullah (2016), karakteristik media sosial yang bersifat cepat, personal, dan visual menjadikan dakwah harus beradaptasi secara konten maupun cara penyampaian. Dakwah digital menuntut kreativitas dalam mengemas pesan, tanpa meninggalkan substansi dan etika komunikasi.

Namun, dinamika ini memunculkan tantangan serius: tuntutan viralitas sering kali mendorong pendakwah mengorbankan kedalaman materi. Oleh karena itu, keberadaan akun seperti @penting_ngaji_ yang tetap berpegang pada otoritas kitab mu'tabarah, namun menyampaikannya secara santun dan komunikatif, menjadi relevan untuk dikaji secara akademik.

Fiqih Mu'tabarah sebagai Basis Otentik Dakwah

Dalam tradisi keilmuan Islam klasik, kitab-kitab fiqih mu'tabarah merupakan sumber hukum yang disusun oleh para ulama otoritatif dengan metodologi ijtihad yang ketat dan berjenjang sanad. Kitab-kitab seperti *Fathul Mu'in*, *I'anatut Thalibin*, dan *Tuhfah al-Muhtaj* menjadi referensi utama dalam mazhab Syafi'i.

Dalam konteks dakwah modern, mengutip langsung kitab-kitab tersebut adalah bentuk sanad keilmuan yang menunjukkan integritas keislaman. Akun @penting_ngaji_ tidak hanya menyebutkan isi kitab, tetapi juga menampilkan kutipan teks Arab asli dalam video maupun caption-nya, sehingga memperlihatkan akurasi dan penghargaan terhadap literatur Islam klasik.

Pendekatan ini sangat berbeda dengan banyak konten dakwah di media sosial yang mengandalkan pendapat populer, slogan motivasional, atau retorika emosional. Dakwah berbasis kitab mu'tabarah menghadirkan kedalaman, bahkan dalam format konten yang singkat.

Metode Analisis Isi dan Kode Etik Komunikasi

Penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) sebagai pendekatan untuk memahami strategi komunikasi yang digunakan akun dakwah tersebut. Krippendorff (2004) menjelaskan bahwa analisis isi adalah metode sistematis yang memungkinkan peneliti menarik inferensi yang valid dari data teks, gambar, atau media lainnya. Dalam penelitian komunikasi dakwah, metode ini berguna untuk:

- a. Mengidentifikasi tema pesan (seperti wudhu, shalat, haid, fiqih seksual);
- b. Menganalisis nilai-nilai etika dalam bahasa dan kutipan;
- c. Menilai gaya komunikasi yang digunakan dai dalam menjawab Q&A.

Lebih lanjut, Elo dan Kyngäs (2008) mengembangkan pendekatan analisis isi kualitatif, yang menekankan koding tematik. Dalam penelitian ini, koding dilakukan berdasarkan: jenis pertanyaan, bentuk jawaban, referensi kitab, serta pendekatan etis (santun, jujur, moderat).

Dengan analisis isi, peneliti tidak hanya melihat “apa” yang disampaikan, tetapi juga “bagaimana” dan “mengapa” pesan disusun dan disampaikan. Pendekatan ini sejalan dengan upaya menggali nilai etika dalam setiap unsur komunikasi.

Posisi Penelitian dan Relevansi Teoritis

Penelitian tentang dakwah digital bukanlah hal baru. Sejumlah studi telah dilakukan pada berbagai platform dan gaya penyampaian. Misalnya, Pradana (2021) meneliti strategi TikTok dalam dakwah remaja, sementara Marzuki & Safitri (2022) meneliti penggunaan YouTube

dalam penyebaran dakwah berbasis pesantren. Namun, sebagian besar studi tersebut berfokus pada engagement, popularitas, atau respons audiens, bukan pada substansi pesan dan nilai etikanya.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini mengisi celah akademik yang penting. Akun @penting_ngaji_ dianalisis bukan hanya dari segi teknis dan visual, melainkan dari substansi konten, rujukan kitab, dan pendekatan etikanya. Dengan mengintegrasikan teori etika komunikasi (Johannesen, 2001) dan analisis isi (Krippendorff, 2004), penelitian ini konsisten dari teori hingga metode dan analisisnya.

Hal ini juga memperkuat kontribusi teoretis artikel dalam membangun model dakwah digital yang berbasis nilai (*value-based*), bukan sekadar *click-based*. Strategi yang dikaji dalam artikel ini menawarkan format komunikasi keagamaan yang relevan, etis, dan berakar tradisi, menjadikannya rujukan penting bagi praktisi maupun akademisi dakwah Islam.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami dan menginterpretasi fenomena komunikasi dakwah dalam konteks media sosial, khususnya akun Instagram @penting_ngaji_. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna yang mendalam di balik praktik komunikasi dakwah berbasis digital yang tidak bisa diukur dengan angka statistik, melainkan melalui pemaknaan terhadap isi dan konteks pesan.

Jenis penelitian ini adalah analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Menurut Krippendorff (2004), analisis isi merupakan metode sistematis untuk meneliti dokumen komunikasi guna mengidentifikasi pola, makna, dan tema tersembunyi di dalamnya. Analisis isi kualitatif tidak hanya mencatat frekuensi tema, tetapi juga menekankan pada pemaknaan, struktur pesan, konteks sosial, dan ideologi yang melekat dalam teks. Dalam konteks ini, konten-konten dakwah @penting_ngaji_ dianalisis untuk melihat bagaimana pesan keagamaan dikonstruksi dan disampaikan sesuai nilai-nilai etika.

Lebih lanjut, penelitian ini bersifat eksploratif-interpretatif. Eksploratif karena bertujuan untuk memahami strategi komunikasi dakwah yang belum banyak dikaji secara mendalam di media sosial berbasis kitab *mu'tabarah*, dan interpretatif karena peneliti berusaha menafsirkan makna di balik struktur pesan, simbol, bahasa, dan pilihan visual yang digunakan oleh pengelola akun tersebut.

Objek dan Sumber Data

Objek kajian dalam penelitian ini adalah 20 video Reels dari akun Instagram @penting_ngaji_ yang diunggah antara tanggal 1 Februari hingga 1 Juni 2025. Seluruh video tersebut berformat Q&A (tanya jawab) yang menjawab berbagai persoalan fiqih dasar hingga kasuistik, seperti thaharah, ibadah, interaksi sosial, fiqih keluarga, hingga etika seksual dalam Islam. Konten-konten tersebut secara eksplisit menyertakan kutipan dari kitab-kitab fiqih mu'tabarah seperti *Fathul Mu'in*, *I'anatuth Thalibin*, dan *Syarah al-Minhaj*. Sumber data terbagi menjadi dua:

A. Data primer:

- a Isi video reels.
- b Teks caption yang memuat penjelasan dan kutipan kitab.
- c Komentar dan interaksi audiens yang mengandung respon atau diskusi lanjutan.

B. Data sekunder:

- a Literatur teori etika komunikasi (deontologis dan teleologis).
- b Buku dan jurnal tentang dakwah digital.
- c Kitab-kitab fiqih klasik (mu'tabarah) yang dikutip dalam video.

Objek ini dipilih karena akun @penting_ngaji_ dinilai unik: menggunakan format dakwah yang komunikatif, namun tetap menjaga integritas keilmuan, serta menarik secara visual dan narasi.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik:

- a. Observasi non-partisipatif digital: Peneliti mengamati seluruh isi akun @penting_ngaji_ tanpa ikut serta dalam aktivitas komentarnya. Observasi dilakukan secara sistematis, mencakup isi video, caption, dan respon audiens.
- b. Dokumentasi visual: Dilakukan dengan menyimpan (download dan *screenshot*) video, caption, serta interaksi penting dari audiens. Hal ini untuk memastikan data tetap dapat diakses meskipun konten telah dihapus atau diperbarui.
- c. Pencatatan manual: Mencatat aspek-aspek yang relevan dalam tabel analisis, seperti tanggal unggahan, tema pertanyaan, kutipan pertanyaan, dan format komunikasi.

Seluruh data dikumpulkan selama dua minggu setelah rentang waktu posting terakhir, agar data yang dianalisis mencerminkan interaksi yang telah cukup matang.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi tematik dengan acuan dari Elo & Kyngäs (2008) dan dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan riset dakwah digital. Proses analisis dilakukan melalui tahapan:

A. *Open Coding* (Pengodean Terbuka)

Semua konten dianalisis secara terbuka tanpa kerangka awal. Peneliti mencatat elemen-elemen penting dari setiap konten seperti:

- a jenis pertanyaan fiqih,
- b gaya komunikasi verbal dan non-verbal,
- c jenis kutipan kitab,
- d struktur jawaban,
- e nilai-nilai etika yang tersirat.

B. *Organizing Themes* (Pengelompokan Tema)

Setelah dikode, data dikategorikan berdasarkan beberapa dimensi:

- a Tema Fiqih: ibadah, muamalah, keluarga, haid, seksual.
- b Gaya Bahasa: santun, lugas, ringan, dialogis.
- c Bentuk Penyampaian: narasi langsung, kutipan kitab, ilustrasi.
- d Nilai Etika: kejujuran ilmiah, sopan santun, adab berdakwah, netralitas mazhab.

C. *Interpretation* (Interpretasi Kontekstual)

Hasil pengelompokan diinterpretasikan dalam konteks teori etika komunikasi, yaitu:

- a Etika Deontologis: apakah dakwah dilakukan karena kewajiban menyampaikan yang haq.
- b Etika Teleologis: apakah cara yang digunakan memberikan maslahat dan penerimaan baik.

Interpretasi dilakukan tidak hanya dari sisi isi konten, tetapi juga dari cara penyajian dan konteks interaksi dengan audiens. Ini menjadikan hasil analisis lebih komprehensif dan mendalam.

Kriteria Validitas dan Keabsahan Data

Keabsahan data dijaga melalui beberapa teknik berikut:

- a. Triangulasi sumber: Membandingkan antara isi video, caption kitab, dan komentar untuk memastikan konsistensi pesan.
- b. Member check terbatas (dengan asisten akademik): Peneliti meminta masukan dari dosen pembimbing dan rekan sejawat mengenai kejelasan tema dan keakuratan interpretasi.

- c. Audit trail: Peneliti mendokumentasikan seluruh proses pengumpulan dan analisis data secara transparan, termasuk menyimpan salinan video dan caption.
- d. Refleksivitas peneliti: Peneliti menjaga objektivitas dengan menjauhi sikap bias terhadap metode dakwah tertentu dan hanya fokus pada unsur etika komunikasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Karakteristik Umum Konten Dakwah @penting_ngaji_

Hasil observasi terhadap 20 video reels akun @penting_ngaji_ menunjukkan bahwa akun ini konsisten dalam menyajikan konten berbasis Q&A fiqh kasuistik. Salah satu ciri paling menonjol dari strategi dakwah akun @penting_ngaji_ adalah format penyampaian yang sederhana namun sarat makna. Dalam tiap konten video Q&A yang diunggah, akun ini menyuguhkan pertanyaan dari audiens secara apa adanya, tanpa diedit atau direkayasa untuk dramatisasi. Pertanyaan ditampilkan dalam teks atau narasi langsung, sering kali dalam gaya bahasa santai khas anak muda, seperti:

“Gus, bolehkah kita menahan kentut saat rakaat terakhir karena tanggung?”

“Kalau lupa niat saat mandi wajib, gimana solusinya?”

Narasi pertanyaan seperti ini menunjukkan bahwa akun @penting_ngaji_ membuka ruang dakwah yang sangat kontekstual, membumi, dan dekat dengan kehidupan umat Islam awam. Tidak ada batasan tabu selama pertanyaan tersebut berkaitan dengan fiqh keseharian. Ini sejalan dengan semangat dakwah mu’āmalah dalam Islam yang fleksibel terhadap realitas sosial.

Jawaban yang diberikan pun tidak menggunakan bahasa tinggi yang kaku atau eksklusif. Justru narator menjawab dengan narasi ringan, lugas, namun tetap berisi. Yang menarik, jawaban tersebut selalu dilandaskan pada kutipan kitab mu’tabarah seperti *I’ānah at-Thalibin*, *Fath al-Mu’in*, atau *Bughyah al-Mustarsyidin*. Kutipan kitab biasanya ditampilkan dalam bentuk teks Arab asli yang muncul di bagian bawah video atau di kolom caption. Hal ini memperkuat otoritas ilmiah (epistemik) dari jawaban yang disampaikan.

Dari sudut pandang etika deontologis, pendekatan ini mencerminkan kepatuhan terhadap nilai kebenaran ilmiah dalam dakwah. Yaitu bahwa setiap jawaban harus berlandaskan dalil yang sah, bukan opini pribadi atau logika semata. Dakwah bukan sekadar menyenangkan audiens, tetapi menyampaikan yang benar dengan cara yang benar.

Sedangkan dari sisi teleologis, penggunaan gaya ringan dan pendekatan Q&A terbukti menjangkau segmen umat yang lebih luas—terutama kalangan muda dan pengguna aktif media sosial. Efektivitas ini ditunjukkan dari tingginya engagement per konten (likes, komentar, penyimpanan, dan share), sekaligus testimoni positif dari followers yang merasa tercerahkan.

Dengan demikian, strategi @penting_ngaji_ dalam menyampaikan dakwah bukan hanya berhasil menjawab kebutuhan fiqih kasuistik umat, tetapi juga mampu menjaga substansi keilmuan dalam bentuk yang sesuai dengan konteks zaman dan etika dakwah Islam.

Representasi Etika Komunikasi: Perpaduan Deontologis dan Teleologis

Dalam dakwah Islam, penyampaian pesan tidak hanya dinilai dari kebenaran isinya, tetapi juga dari cara dan akhlak dalam menyampaikannya. Dalam hal ini, akun @penting_ngaji_ menunjukkan konsistensi dalam menerapkan prinsip *hilm* (lemah lembut), *ṣidq* (kejujuran), dan *ta'zim* (penghormatan terhadap ilmu dan audiens) dalam setiap konten yang dipublikasikan.

Setiap jawaban yang diberikan oleh narator selalu dimulai dengan pengantar sopan, seperti “*Bismillah*, terima kasih atas pertanyaannya...” dan diakhiri dengan ungkapan harapan atau doa seperti “Semoga bermanfaat” atau “*Wallahu a'lam.*” Hal ini tampak sederhana, namun dalam konteks komunikasi digital, pendekatan ini sangat penting sebagai bentuk etika interaksi yang mengedepankan penghargaan terhadap audiens.

Yang menarik, meskipun beberapa pertanyaan bersifat *sensitive* seperti tentang fiqih seksual atau aurat akun ini tidak pernah menyampaikan jawaban dengan nada meremehkan atau mencemooh. Bahkan, ketika pertanyaan terkesan lucu atau ‘recek’, narator tetap merespons dengan serius dan ilmiah. Ini mencerminkan semangat *mujādalāh billatī hiya aḥsan* (berdebat atau berdiskusi dengan cara yang terbaik) sebagaimana perintah dalam QS. An-Nahl: 125.

Selain itu, akun ini juga tidak menggunakan *clickbait* atau gaya sensasional yang lazim digunakan oleh sebagian akun dakwah populer. Judul konten ditulis sesuai isi, tanpa hiperbola, dan fokus pada edukasi, bukan provokasi. Dengan kata lain, akun ini berhasil menjaga jarak dari jebakan algoritma yang kadang memaksa kreator untuk mengutamakan *engagement* dibanding integritas konten.

Jika dilihat dari kerangka etika komunikasi deontologis, maka strategi ini menunjukkan bahwa akun @penting_ngaji_ tidak hanya fokus pada hasil akhir (viralitas), tetapi menekankan pentingnya kesantunan sebagai kewajiban moral dalam berdakwah. Sedangkan secara teleologis, gaya penyampaian yang sopan dan mendalam ini menghasilkan dampak positif berupa peningkatan pemahaman masyarakat terhadap fiqih, sekaligus memperkuat kepercayaan terhadap sanad keilmuan.

Variasi Tematik dan Relevansi Sosial

Berikut adalah ringkasan 20 konten video yang dianalisis, disusun berdasarkan tanggal unggahan dan temanya:

No.	Tanggal	Pertanyaan Audiens	Tema Fiqih
1	01/02/2025	Bolehkah ketika wanita udzur lalu meminum pil untuk memberhentikan haid lalu HB?	Haidh & ibadah Ramadhan
2	02/02/2025	Bolehkah menahan kentut saat sholat di rakaat terakhir karena nangung, Gus?	Adab shalat
3	03/02/2025	Ustaz, garuk-garuk yang diperbolehkan ketika sholat itu yang bagaimana mohon dijelaskan	Gerakan dalam sholat
4	24/02/2025	Punya pekerja yang biasa diberikan konsumsi, untuk Ramadhan siang bagaimana Gus?	Puasa & etika kerja
5	25/02/2025	Jika makmum mendapati ruku'nya imam tapi belum sempat baca Fatihah, apa dihukumi masbuq?	Shalat berjamaah
6	25/02/2025	Hukum mengelap air bekas wudhu (di wajah/tangan) karena terlalu basah?	Wudhu
7	26/02/2025	Apakah seorang anak berdosa jika tidak berbakti kepada ayah/ibu karena tidak suka sikapnya?	Adab kepada orang tua
8	27/02/2025	Bang, apakah kalau sujud harus menaruh semua jari kaki?	Gerakan sujud
9	01/03/2025	Hal yang mewajibkan mandi, Gus?	Mandi wajib
10	02/03/2025	Bolehkah mengikuti pendapat imam madzhab lain dalam hukum tertentu?	Fiqih perbandingan mazhab
11	02/03/2025	Tadz, gimana cara mensucikan tempat yang ada telek ayamnya?	Najis
12	04/03/2025	Ustaz, kalau kita ketinggalan jamaah shalat ngisa, langsung shalat tarawih apa boleh?	Jamaah & shalat sunnah
13	05/03/2025	Hukum membaca Al-Qur'an bagi wanita haidh?	Haidh
14	06/03/2025	Gus, bolehkah laki-laki memakai gelang?	Perhiasan & aurat

15	08/03/2025	Gus, kenapa tidur duduk tidak membatalkan wudhu, padahal sama-sama tidur seperti berbaring?	Wudhu
16	09/03/2025	Saat mandi wajib lupa niat. Entah di tengah/saat selesai, apakah wajib mengulang?	Mandi wajib
17	25/05/2025	Hukum uang mahar untuk keperluan ekonomi?	Mahar
18	27/05/2025	Gus, kalau wadah air kurang dari 2 kullah kecipratan air musta'mal, apakah tetap suci?	Thaharah
19	28/05/2025	Kalau dulu belum aqiqah, apakah sebelum nikah harus aqiqah dulu, Gus?	Aqiqah & nikah
20	29/05/2025	Gus, ngaputen, kenapa istimna' dengan tangan istri boleh sedangkan tangan sendiri tidak boleh?	Fiqh seksual

Hasil analisis tematik terhadap 20 konten reels akun @penting_ngaji_ menunjukkan bahwa tema yang paling sering diangkat adalah persoalan ibadah harian, khususnya seputar shalat dan thaharah. Topik-topik seperti hukum menahan kentut saat shalat, tata cara sujud, hingga keraguan dalam wudhu dan mandi wajib, mengindikasikan bahwa akun ini merespons kebutuhan mendesak masyarakat Muslim terhadap pedoman fiqh praktis yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan tema tersebut mencerminkan bentuk strategi dakwah yang teleologis: orientasi dakwah diarahkan untuk menjawab kebutuhan riil umat demi kemaslahatan yang nyata.

Namun, yang patut digarisbawahi adalah keberanian akun ini dalam mengangkat tema-tema yang tergolong sensitif dalam diskursus keagamaan publik. Misalnya, pada konten yang membahas hukum istimna' (onani) dengan tangan sendiri dan tangan pasangan, fiqh perhiasan laki-laki, atau hukum seksual dalam relasi suami-istri. Dalam konteks dakwah digital, isu-isu semacam ini kerap dihindari karena dianggap tabu atau berpotensi menimbulkan kontroversi. Sebaliknya, sebagian dai justru membahasnya secara vulgar untuk memancing respons publik. Namun akun @penting_ngaji_ mengambil jalan tengah yang etis: menyampaikan tema-tema tersebut secara lugas, tanpa tendensi provokatif, dan tetap berpegang pada otoritas kitab mu'tabarah.

Pendekatan ini selaras dengan etika deontologis, di mana kebenaran disampaikan dengan tetap mematuhi norma dan adab komunikasi dakwah. Tidak ditemukan unsur candaan berlebihan, clickbait, atau eksploitasi tema untuk tujuan viralitas. Meski singkat dalam durasi,

jawaban yang diberikan mencerminkan tanggung jawab moral untuk menyampaikan ajaran Islam dengan benar, sopan, dan tidak merendahkan audiens. Bahasa yang digunakan tetap komunikatif, namun tidak menggampangkan hukum. Bahkan, sumber kutipan dari kitab seperti I'anatut Thalibin dan Fathul Mu'in ditampilkan secara langsung untuk memperkuat legitimasi hukum yang dijelaskan.

Dari sudut pandang etika teleologis, strategi ini juga berdampak positif terhadap audiens. Berdasarkan tanggapan (respon) dalam kolom komentar dan pola engagement, dapat dilihat bahwa audiens merasa terbantu dengan jawaban yang disampaikan tanpa merasa digurui. Bahkan dalam tema-tema sensitif sekalipun, akun ini berhasil menjaga suasana diskusi tetap sehat dan edukatif, menunjukkan bahwa kemaslahatan dakwah digital tidak harus dicapai dengan mengorbankan etika atau martabat dakwah itu sendiri.

Strategi Visual dan Audio: Etika dalam Estetika

Secara visual, akun @penting_ngaji_ menerapkan estetika dakwah yang sederhana namun efektif. Video reels dibuat dengan latar statis (biasanya di dalam ruangan, latar putih bersih), tanpa efek animasi berlebihan atau musik latar dramatis. Wajah narasumber tampil dengan ekspresi tenang dan bersahabat, tanpa menunjuk-nunjuk atau menggunakan bahasa tubuh yang otoriter.

Kehadiran teks kitab dalam huruf Arab di layar atau caption menegaskan bahwa sumber hukum yang dijadikan dasar bukan berasal dari spekulasi atau asumsi. Format ini memberikan nilai plus dari sisi otoritas keilmuan, karena audiens diajak langsung menyentuh teks asli ulama, bukan sekadar narasi populer.

Format visual yang tenang dan terukur ini sejalan dengan prinsip etika Islam tentang *al-i'tidal* (keseimbangan), yakni menyampaikan kebenaran tanpa paksaan atau tekanan emosional yang berlebihan. Untuk memperjelas pola visual dan format komunikasi akun, berikut ini adalah beberapa tangkapan layar dari unggahan yang dianalisis:



Gambar 1.

Tampilan Profil Akun @penting_ngaji_



Gambar 2.

Reels Jawaban Fiqih tentang Mahar dengan Kutipan Kitab



Gambar 3. Grid Konten Q&A Reels yang Dianalisis.

Sumber: @penting_ngaji_ (akses 26 Juli 2025)

Berdasarkan **tabel klasifikasi isi konten**, ditemukan lima tema besar yang mendominasi:

Tema Utama Fiqih	Jumlah Video	Persentase
Thaharah & Wudhu	5	25%
Ibadah (shalat, puasa)	7	35%
Fiqih Keluarga & Seksualitas	4	20%

Adab & Etika Sosial	2	10%
Lain-lain (aqiqah, muamalah, mahar)	2	10%

Dominannya tema ibadah dan thaharah menunjukkan bahwa audiens @penteng_ngaji_ mayoritas menghadapi persoalan fiqih praktis yang muncul dalam aktivitas keagamaan harian. Hal ini juga menandakan relevansi dakwah digital yang tidak hanya menyiarkan nasihat umum, tetapi menjawab kebutuhan umat secara spesifik.

Interaksi Audiens: Komunikasi Dua Arah yang Terkelola

Salah satu kekuatan utama dakwah digital adalah keterbukaannya terhadap interaksi dua arah. Dalam konteks ini, akun @penteng_ngaji_ menampilkan praktik komunikasi yang tidak hanya responsif, tetapi juga menjaga etika dalam setiap jawaban yang diberikan kepada pengikutnya. Komentar-komentar dari audiens sering kali mengandung pertanyaan yang bersifat sensitif, ambigu, atau bahkan berdasarkan informasi yang keliru. Namun demikian, akun ini mampu menjawab dengan gaya yang tetap sopan, singkat, namun memberikan kejelasan.

Contohnya dapat dilihat dalam interaksi antara akun dan seorang pengguna bernama @aisyahzain901 yang menanyakan perihal hukum kembali kepada mantan suami setelah bercerai. Akun @penteng_ngaji_ menjawab dengan *“boleh kok”*, tanpa mempermalukan, menyalahkan, atau menghakimi si penanya. Ini mencerminkan bentuk komunikasi dakwah yang mengedepankan prinsip ta’sil (mengakar pada ilmu), namun tetap menyertakan ta’lim bi rifq (pengajaran dengan kelembutan).

Selain itu, komentar lain dari pengguna bernama @gusyusuff ditanggapi pula dengan penuh empati dan keramahan: *“alhamdulillah kembali ke aktivitas semula”*. Respons ini memperlihatkan bahwa akun tidak hanya berperan sebagai penyampai hukum, tetapi juga membangun relasi personal dan emosional yang erat dengan para pengikutnya. Interaksi ini bukan hanya menjawab, melainkan juga memperkuat nilai ukhuwah, kepercayaan, dan humanisasi dakwah.

Dalam teori etika komunikasi, pendekatan ini mendekati model etika dialogis sebagaimana dikembangkan oleh Martin Buber, di mana komunikasi dibangun atas dasar relasi “aku dan engkau”, bukan “aku dan itu”.

Artinya, audiens tidak diposisikan sebagai objek pasif penerima dakwah, melainkan sebagai mitra dalam proses pencarian makna keagamaan. Respons akun yang bersahabat dan tidak kaku memperlihatkan penerapan nilai inklusiveness, empati, serta keterbukaan dalam diskursus yang merupakan bagian dari etika komunikasi Islami.



Gambar 4. Tangkapan layar interaksi akun @penting_ngaji_ dengan audiens pada kolom komentar Instagram.

Sumber: Dokumentasi pribadi, diakses 27 Juli 2025.

Komparasi Strategis dengan Akun Sejenis

Komparatif ini memperlihatkan perbedaan pendekatan dakwah antara @penting_ngaji_ dengan dua akun yang populer dan aktif saat ini.

Aspek	@adi_hidayatofficial	@syafiqrizabasalamah_official	@penting_ngaji_
Fokus konten	Ceramah tafsir, hadis, tema sosial agama	Kajian fiqh praktik & hadis dengan pendekatan Salafi	Tanya jawab fiqh kasuistik berbasis kitab mu'tabarah
Gaya penyampaian	Long-form video; nada formal dan argumentatif	Pendekatan panjang-pendek; lugas tegas	Dialogis, ringan namun ilmiah dan jelas

Rujukan ilmiah	Tafsir, hadis shahih, kitab modern & klasik	Kitab Salafi & referensi keilmuan modern	Kutipan langsung dari kitab mu'tabarah (Fathul Mu'in, I'anatuth Thalibin, dll.)
Target audiens	Audiens luas dari kelas pelajar & profesional	Santri dan pengikut keilmuan berbasis pesantren	Audiens awam dan cerdas digital yang ingin solusi fiqih praktis
Nada komunikasi	Formal, mendidik, agak akademik	Tegas, literal, instruktif	Santun, inklusif, tidak menggurui
Sustainabilitas dampak	Edukasi jangka panjang tapi kurang interaksi digital	Fokus ke ilmiah tinggi namun minim interaksi komunitas	Respon langsung kepada audiens serta legitimitas kitab

Kesimpulannya, Perbandingan ini menonjolkan bahwa strategi dakwah @penteng_ngaji_ adalah pendekatan dakwah digital yang sangat khas. Ia menyatukan tiga aspek penting: Kredibilitas ilmiah melalui referensi kitab klasik, Komunikasi etis yang santun, inklusif, dan tidak provokatif, Adaptasi terhadap kebutuhan audiens digital, melalui Q&A fiqih yang pendek, komunikatif, dan kontekstual.

Dari perspektif teori etika komunikasi Islam (deontologis dan teleologis), akun ini menunjukkan praktek dakwah yang konsisten: menyampaikan kebenaran dengan adab dan memberikan manfaat nyata tanpa mengabaikan otoritas keilmuan. Strategi ini relevan, efektif, dan *sustainable* dalam pembinaan umat di era media sosial.

Dampak Sosial dan Penguatan Literasi Keislaman

Meskipun tidak memiliki jutaan pengikut, akun ini berhasil menciptakan dampak sosial yang substantif dan terukur, antara lain:

- Meningkatkan literasi fiqih klasik bagi generasi muda.
- Menumbuhkan kesadaran bahwa kitab kuning bukan sekadar peninggalan pesantren, tetapi masih relevan untuk konteks digital.

- c. Menyediakan ruang dakwah yang ramah, tidak menghakimi, dan menyambut pertanyaan apapun tanpa ditertawakan.

Fenomena ini sesuai dengan prinsip *al-da'wah ilā Allāh 'alā baṣīrah* — dakwah dengan pengetahuan dan ketenangan.

4 KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Transformasi digital dalam dunia dakwah Islam telah membuka ruang-ruang baru bagi penyampaian pesan keagamaan yang lebih kontekstual, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan umat. Akun Instagram @penting_ngaji_ menjadi salah satu representasi kuat dari bentuk dakwah digital yang berusaha menjaga integritas keilmuan sambil merangkul gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik media sosial dan generasi digital.

Hasil analisis terhadap 20 konten video reels yang diunggah antara 1 Februari hingga 1 Juni 2025 menunjukkan bahwa akun ini mengedepankan pendekatan Q&A fiqh kasuistik yang dikemas dalam gaya penyampaian yang santun, padat, dan berbasis rujukan otentik dari kitab-kitab fiqh mu'tabar. Pemilihan tema-tema aktual seperti haidh, najis, shalat, bahkan fiqh seksual, menjadi bukti kepekaan akun ini terhadap problematika umat sehari-hari, sekaligus menunjukkan keberanian untuk membuka ruang diskusi atas tema-tema yang sering dihindari. Namun demikian, akun ini tetap mampu menjaga kesantunan dan adab dalam menyampaikannya.

Dari perspektif teori etika komunikasi, pendekatan akun @penting_ngaji_ sangat konsisten dengan etika deontologis, yakni menyampaikan kebenaran fiqh sesuai dengan prinsip dan kaidah syariah melalui sumber yang sah dan dapat diverifikasi. Sementara dari sisi etika teleologis, konten-konten akun ini berhasil memberikan manfaat langsung kepada masyarakat berupa pemahaman hukum Islam yang aplikatif, menghindari konflik, serta mendorong tumbuhnya budaya diskusi yang sehat dan bernilai edukatif.

Jika dibandingkan dengan akun-akun dakwah populer seperti @adi_hidayatofficial yang menekankan akademik dan @syafiqrizabasalamah_official yang bersifat tegas dan literal, @penting_ngaji_ tampil dengan pendekatan yang lebih dialogis, praktis, dan berbasis kitab mu'tabar. Gaya komunikasinya santun, tidak menggurui, dan mudah dipahami oleh publik digital.

Dengan menggabungkan keilmuan pesantren dan kemasan media sosial yang adaptif, akun ini berhasil membangun strategi dakwah digital berbasis etika yang tidak hanya komunikatif, tetapi juga substansial. Pendekatan ini layak dijadikan model alternatif bagi dakwah masa kini yang mengedepankan kedalaman isi, tanggung jawab moral, dan relevansi sosial.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa @penteng_ngaji_ telah berhasil menerapkan strategi dakwah digital berbasis etika dan keilmuan. Pendekatan ini tidak hanya relevan dalam konteks budaya media sosial kontemporer, tetapi juga tetap berakar kuat pada nilai-nilai pesantren dan warisan keilmuan Islam klasik. Strategi ini layak dijadikan model untuk pengembangan dakwah digital masa kini yang tidak sekadar mengincar viralitas, tetapi juga kebermaknaan, kedalaman, dan tanggung jawab moral dalam komunikasi agama.

Saran

A. Untuk Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini terbatas pada analisis isi terhadap 20 konten video dalam rentang waktu tertentu. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan studi, baik dari sisi jumlah konten, periode waktu, maupun jenis platform (misalnya TikTok atau YouTube). Pendekatan etnografi virtual juga dapat digunakan untuk menelusuri keterlibatan audiens dan dampak konten secara lebih mendalam.

B. Untuk Praktisi Dakwah Digital:

Akun-akun dakwah lain dapat menjadikan strategi @penteng_ngaji_ sebagai model komunikasi keagamaan yang mengedepankan nilai, keilmuan, dan etika. Perlu dikembangkan lebih banyak konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga dialogis, mendalam, dan berbasis referensi, terutama dalam menjawab problematika umat yang kompleks.

C. Untuk Pengelola Akun @penteng_ngaji_:

Disarankan untuk terus memperluas inovasi komunikasi, misalnya dengan menambahkan subtitle terjemahan kutipan kitab untuk mempermudah pemahaman audiens yang tidak menguasai bahasa Arab. Penguatan interaksi dua arah melalui fitur komentar, live Q&A, atau polling juga dapat meningkatkan kedekatan emosional antara dai dan mad'u dalam ruang digital.

DAFTAR REFERENSI

- Adi, A. (2019). *Komunikasi Dakwah di Era Digital*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Al-Bakri, Sulaiman bin Muhammad. (n.d.). *I'anatu al-Thalibin*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Bajuri, Ibrahim. (n.d.). *Hasyiyah al-Bajuri 'ala Fath al-Qarib*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Malibari, Zainuddin. (n.d.). *Fath al-Mu'in bi Sharh Qurrah al-'Ain*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Aziz, M. (2020). Etika komunikasi dalam media sosial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 8(2), 121-134. <https://doi.org/10.21043/jki.v8i2.7175>
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107-115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Hasyim, M. (2021). Dakwah digital di era media sosial: Antara gaya dan substansi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 15(1), 33-49.
- Ilyas, M. (2022). Dakwah santun di media sosial: Studi kasus akun Instagram Ustadz Millennial. *Jurnal Al-Balagh*, 17(2), 78-91.
- Johannesen, R. L. (2001). *Ethics in Human Communication* (5th ed.). Prospect Heights, IL: Waveland Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Nugroho, D. (2020). Komunikasi dakwah generasi milenial: Studi fenomenologi di Instagram. *Jurnal Dakwah dan Media*, 9(1), 55-72.
- Rahman, A. (2023). Visualisasi dakwah dalam media sosial: Strategi reels dan story dalam membentuk opini publik. *Jurnal Komunikasi Islam Digital*, 2(1), 1-14. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.53>
- Syihabuddin, A. (2022). Dakwah sebagai dialog dalam dunia digital: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 45-60.