

ANALISIS SEMIOTIKA PESAN DAKWAH DIGITAL DALAM KAJIAN HATI USTADZ HILMAN FAUZI DI YOUTUBE TRANS TV OFFICIAL

¹Rici Tanadin, ²Muslimin, ³Chairunnisah Putri Ayu Ningsih, ⁴Vera Susanti

¹Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Email: ricitanadin@gmail.com

²Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email : muslimin_uin@radenfatah.ac.id

³Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Email : chairunnisahputriayuningsih@radenfatah.ac.id

⁴. Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Raudhatul Ulum

Email: venujahidah08@gmail.com

Abstrack *This study is motivated by the phenomenon of digital preaching rapidly developing on the YouTube platform, one example being the program Kajian Hati by Ustadz Hilman Fauzi with the theme "Leaving Fatigue at the Edge of the Prayer Mat to Remain Surrendered" on the Trans TV Official channel. This study aims to analyze spiritual preaching messages and interpret their denotative, connotative, and mythological meanings using Roland Barthes' semiotic approach. Using a descriptive qualitative method and content analysis, the results of this study indicate that the preaching messages encompass three main pillars: creed, morality, and worship, with an emphasis on patience, sincerity, and trust in God when facing life's fatigue. The prayer mat is presented as a symbol of spiritual surrender, while fatigue is interpreted as a test that strengthens faith. Ustadz Hilman Fauzi's preaching is humanistic, gentle, and relevant to the psychological dynamics of modern society. This study provides a new contribution to the study of digital preaching by emphasizing.*

Keywords : *Da'wah messege, Roland Barthes Semiotics, Digital Da'wah.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi yang signifikan dalam praktik dakwah Islam di era digital. Kehadiran media sosial dan platform berbagi video seperti YouTube memungkinkan pesan-pesan keagamaan disebarluaskan secara lebih luas, cepat, dan efektif kepada masyarakat lintas usia, latar belakang sosial, serta tingkat pendidikan yang beragam (Pratama et al., 2025). Digitalisasi dakwah tidak hanya mengubah media penyampaian, tetapi juga memengaruhi cara pesan keislaman dikemas, diproduksi, dan diterima oleh audiens. Dakwah yang sebelumnya didominasi oleh ruang-ruang konvensional seperti mimbar masjid, majelis taklim, dan forum tatap muka kini mengalami pergeseran ke ranah digital dengan format visual dan naratif yang lebih variatif, menarik, serta mudah diakses kapan saja dan di mana saja (Marti et al., 2023). Perubahan ini

menjadikan dakwah semakin dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat modern yang lekat dengan teknologi digital.

Transformasi dakwah ke media digital membuka peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai Islam secara lebih inklusif dan adaptif terhadap dinamika zaman. Media digital memungkinkan dakwah menjangkau kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit diakses melalui metode konvensional, seperti generasi muda dan masyarakat urban dengan mobilitas tinggi. Namun, di sisi lain, pergeseran ini juga menghadirkan tantangan baru yang tidak sederhana. Tantangan tersebut mencakup upaya menjaga autentisitas ajaran Islam, kedalaman makna pesan dakwah, serta kesakralan nilai-nilai keagamaan agar tidak tereduksi menjadi sekadar konten hiburan visual yang kehilangan esensi spiritualnya. Dalam konteks ini, dakwah digital dituntut tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga bermakna secara teologis dan etis.

Salah satu pendakwah yang dinilai berhasil mengadaptasikan dakwah ke dalam media digital tanpa kehilangan substansi nilai-nilai keislaman adalah Ustadz Hilman Fauzi melalui program *Kajian Hati* di kanal YouTube Trans TV Official. Program ini menampilkan dakwah dengan pendekatan reflektif dan humanis yang menekankan kedalaman makna serta empati terhadap kondisi psikologis audiens. Gaya penyampaian yang lembut, narasi yang puitis, serta penggunaan simbol-simbol spiritual menjadikan dakwah Ustadz Hilman Fauzi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai ruang kontemplasi dan penguatan batin. Tema ceramah "*Menitipkan Lelah di Tepi Sajadah untuk Tetap Berserah*" mendapat perhatian publik karena secara langsung merepresentasikan realitas kelelahan hidup masyarakat modern dan menawarkan solusi spiritual yang relevan dengan problem psikologis serta emosional yang dihadapi audiens saat ini (Husna, 2023).

Fenomena dakwah digital seperti ini menjadi penting untuk dikaji secara akademik karena mencerminkan perubahan mendasar dalam metode penyampaian pesan Islam yang menyesuaikan dengan konteks budaya digital (Anggraini et al., 2023). Dakwah tidak lagi dipahami semata sebagai proses komunikasi satu arah, melainkan sebagai praktik komunikasi simbolik yang melibatkan aspek visual, emosional, dan ideologis secara bersamaan. Sejumlah penelitian sebelumnya cenderung menyoroti aspek strategi dakwah, gaya komunikasi pendakwah, maupun dampak dakwah digital terhadap sikap dan perilaku audiens. Namun demikian, kajian yang secara khusus menelaah konstruksi makna pesan dakwah, terutama melalui pendekatan semiotika, masih relatif terbatas.

Padahal, dalam konteks media digital, pesan dakwah tidak hanya hadir melalui teks verbal atau tuturan lisan, tetapi juga dibangun melalui simbol visual, ekspresi nonverbal, narasi emosional, serta representasi makna yang berlapis-lapis. Unsur-unsur tersebut berperan penting dalam membentuk pemahaman, pengalaman spiritual, dan kesadaran keagamaan audiens (Fatma, 2022). Oleh karena itu, analisis

semiotika menjadi relevan untuk mengungkap bagaimana pesan dakwah dikonstruksi, dimaknai, dan diinternalisasi oleh audiens dalam ruang digital. Kajian semacam ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan dakwah Islam yang lebih reflektif, kontekstual, dan bermakna di era digital.

Kajian Literatur

Teori Dakwah dan Komunikasi Dakwah dalam Media Digital

Pesan dakwah merupakan inti dari aktivitas dakwah yang memuat substansi ajaran Islam yang disampaikan kepada mad'u atau objek dakwah, baik melalui lisan, tulisan, maupun media digital. Effendy (2018) menjelaskan bahwa pesan dakwah adalah bentuk komunikasi yang mengandung nilai-nilai keislaman yang bertujuan mengajak manusia menuju kebaikan dan jalan yang diridhai Allah. Sejalan dengan hal tersebut, Rahmat (2019) menegaskan bahwa pesan dakwah mencakup tiga dimensi utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak, yang menjadi fondasi spiritual dan moral umat Islam. Ketiga dimensi ini tidak dapat dipisahkan karena saling melengkapi dalam membentuk kesadaran beragama yang utuh. Dalam konteks media digital, pesan dakwah dituntut untuk menyesuaikan diri dengan karakter audiens yang cenderung visual, cepat, dan interaktif (Hasanah et al., 2025). Media digital memungkinkan pesan keagamaan dikemas secara lebih naratif, simbolik, dan emosional sehingga mampu menarik perhatian sekaligus membangun keterlibatan audiens. Oleh karena itu, teori pesan dakwah menjadi landasan penting dalam penelitian ini untuk menjelaskan substansi pesan religius yang disampaikan oleh Ustadz Hilman Fauzi serta menilai sejauh mana pesan tersebut merepresentasikan nilai tauhid, ibadah, dan akhlakul karimah dalam konteks dakwah reflektif di media digital. Selain substansi pesan, dakwah juga tidak dapat dilepaskan dari aspek komunikasi. Teori komunikasi dakwah menekankan bahwa dakwah bukan sekadar proses penyampaian pesan satu arah, melainkan melibatkan interaksi simbolik, emosional, dan spiritual antara da'i dan mad'u (Rahmat, 2019). Effendy (2018) menguraikan bahwa komunikasi dakwah terdiri atas lima unsur utama, yaitu da'i, mad'u, maddah (pesan), wasilah (media), dan atsar (efek dakwah). Kelima unsur ini saling berkaitan dan menentukan keberhasilan dakwah dalam mencapai tujuan perubahan sikap dan kesadaran keagamaan. Dalam penelitian ini, teori komunikasi dakwah digunakan untuk menganalisis bagaimana pesan keislaman disusun dan disampaikan secara komunikatif melalui platform YouTube. Media digital memungkinkan terbentuknya relasi simbolik antara pendakwah dan audiens melalui penggunaan bahasa, intonasi suara, ekspresi wajah, serta visualisasi yang memperkuat makna pesan dakwah (Wahanani Mawasti & Alan Surya, 2023). Dengan demikian, teori komunikasi dakwah membantu menjelaskan bagaimana Ustadz

Hilman Fauzi membangun kedekatan emosional dan spiritual dengan audiens dalam ruang dakwah digital.

Semiotika Pesan Dakwah dan Penelitian Terdahulu yang Relevan

Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tanda dan makna. Roland Barthes (1977) mengembangkan teori semiotika dengan membagi makna ke dalam tiga tingkatan, yaitu makna denotatif sebagai makna literal, makna konotatif sebagai makna emosional atau kultural, dan mitos sebagai makna ideologis yang hidup dalam masyarakat. Barthes memandang pesan media sebagai ruang produksi makna yang tidak bersifat netral karena di dalamnya selalu terkandung nilai, ideologi, dan konstruksi budaya tertentu. Dalam konteks dakwah digital, simbol-simbol seperti “sajadah”, “lelah”, dan “berserah” tidak hanya memiliki arti harfiah, tetapi juga merepresentasikan nilai spiritual seperti ketundukan, kesabaran, dan keikhlasan (Maulida Rizki Hasanah & Muhammad Naufal Annabil, 2025). Teori semiotika Roland Barthes dipilih dalam penelitian ini karena mampu mengungkap makna yang berlapis di balik simbol verbal dan nonverbal dalam ceramah Ustadz Hilman Fauzi. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap pesan dakwah yang bersifat reflektif dan kontemplatif, khususnya dalam media digital yang sarat dengan simbol visual dan narasi emosional. Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas dakwah digital dan analisis pesan keagamaan melalui media sosial. Marti et al. (2023) menemukan bahwa video dakwah di YouTube efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan remaja karena dikemas dengan gaya modern dan mudah diakses. Halwati (2023) melalui analisis semiotika pada akun YouTube Ustadz Abdul Somad menunjukkan bahwa pesan dakwah didominasi oleh aspek akidah, syariah, dan akhlak dengan gaya penyampaian yang logis dan edukatif. Fabriar et al. (2022) menekankan bahwa podcast sebagai media dakwah digital mampu menyesuaikan metode dakwah dengan kebutuhan audiens masa kini. Penelitian lain oleh Husna (2023) menunjukkan bahwa pendekatan dialogis dan toleran dalam dakwah digital Habib Ja’far efektif menarik minat generasi Z. Pratama et al. (2025) menyoroti pentingnya retorika logis dalam membangun persepsi keislaman remaja melalui konten YouTube. Hasanah et al. (2025) menemukan dominasi pesan akidah yang disampaikan secara interaktif dan kontekstual dalam konten dakwah digital Adi Hidayat Official. Sementara itu, Wahanani Mawasti dan Alan Surya (2023) menyimpulkan bahwa penggunaan bahasa majasi dan metafora meningkatkan daya tarik pesan dakwah digital, serta Maulida Rizki Hasanah dan Muhammad Naufal Annabil (2025) menegaskan pentingnya simbol spiritual dan narasi reflektif dalam membangun kedekatan emosional audiens. Berdasarkan kajian penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penelitian masih berfokus pada strategi penyampaian, gaya komunikasi, dan efektivitas media dakwah digital. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan ilmiah

dengan memfokuskan analisis pada konstruksi makna simbolik pesan dakwah melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, khususnya pada dakwah reflektif yang disajikan dalam media visual YouTube.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami makna pesan dakwah secara mendalam, bukan sekadar mengukur fenomena secara statistik sebagaimana penelitian kuantitatif (Moleong, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung melakukan observasi, dokumentasi, serta interpretasi terhadap objek penelitian. Objek yang diteliti berupa tayangan video dakwah program *Kajian Hati* Ustadz Hilman Fauzi dengan tema “*Menitipkan Lelah di Tepi Sajadah untuk Tetap Berserah*” yang ditayangkan melalui kanal YouTube Trans TV Official. Unit analisis penelitian mencakup unsur verbal yang meliputi teks ceramah, narasi, dan diksi, serta unsur nonverbal yang meliputi intonasi suara, ekspresi wajah, gestur tubuh, dan visualisasi simbolik yang ditampilkan dalam tayangan video tersebut. Prosedur penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis. Tahap pertama adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui teknik observasi dan dokumentasi terhadap video dakwah yang menjadi objek penelitian. Selanjutnya, peneliti melakukan transkripsi isi ceramah secara menyeluruh sekaligus mengidentifikasi tanda-tanda verbal dan nonverbal yang relevan dengan fokus kajian. Pada tahap berikutnya, pesan dakwah dikategorikan berdasarkan tiga aspek utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak. Data yang telah diklasifikasikan kemudian dianalisis menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes untuk mengungkap makna denotatif, konotatif, dan mitos yang terkandung dalam pesan dakwah. Tahap akhir penelitian adalah penarikan kesimpulan mengenai konstruksi makna dakwah reflektif yang disajikan melalui media digital. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi teori, yaitu dengan membandingkan temuan hasil analisis semiotika dengan konsep pesan dakwah serta teori komunikasi dakwah yang relevan. Selain itu, peneliti juga menerapkan ketekunan pengamatan dan melakukan pemeriksaan ulang data melalui pembacaan berulang terhadap transkrip ceramah dan hasil analisis guna meminimalkan potensi bias penafsiran. Melalui langkah-langkah tersebut, hasil penelitian diharapkan memiliki validitas dan kredibilitas yang memadai secara metodologis. Ruang lingkup penelitian ini berada dalam bidang komunikasi dakwah digital, khususnya pada analisis pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial YouTube. Objek penelitian difokuskan pada video ceramah berjudul “*Menitipkan Lelah di Tepi Sajadah untuk Tetap Berserah*” yang disampaikan oleh Ustadz Hilman Fauzi melalui kanal YouTube Trans TV Official.

Cakupan analisis dibatasi pada pesan dakwah yang bersifat verbal, meliputi ceramah, kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, dan narasi dakwah, serta pesan nonverbal yang mencakup ekspresi wajah, intonasi suara, dan simbol visual seperti sajadah, representasi kelelahan, serta penggunaan warna dalam tayangan video. Penelitian ini tidak mencakup aspek teknis produksi video, data statistik jumlah penonton, maupun pengaruh sosial dakwah pada platform lain seperti TikTok dan Instagram. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif, di mana peneliti hanya mengamati isi video tanpa terlibat langsung dalam aktivitas dakwah. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan transkrip ceramah, tangkapan layar visual, serta data pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian. Selain itu, studi pustaka dilakukan dengan menelaah jurnal ilmiah terakreditasi dan buku akademik yang berkaitan dengan teori dakwah, komunikasi digital, dan semiotika guna memperkuat landasan konseptual serta mendukung analisis penelitian secara komprehensif.

Pembahasan

Analisis Isi Pesan Dakwah Reflektif dalam Kajian Hati Ustadz Hilman Fauzi

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis isi pesan dakwah dalam program *Kajian Hati* Ustadz Hilman Fauzi dengan tema "*Menitipkan Lelah di Tepi Sajadah untuk Tetap Berserah*" yang ditayangkan melalui kanal YouTube Trans TV Official, sekaligus menginterpretasikan makna denotatif, konotatif, dan mitos pesan dakwah tersebut melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Berdasarkan hasil analisis kualitatif terhadap tiga episode kajian, ditemukan sejumlah pola komunikasi dan pesan spiritual yang menunjukkan bahwa dakwah reflektif memiliki kemampuan untuk menjawab kebutuhan batin masyarakat modern yang dihadapkan pada tekanan psikologis dan kelelahan emosional akibat dinamika kehidupan kontemporer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa isi pesan dakwah Ustadz Hilman Fauzi didominasi oleh nilai-nilai akhlak dan spiritual reflektif yang disampaikan melalui gaya bahasa puitis, lembut, dan penuh empati. Meskipun demikian, pesan akidah dan syariah tetap hadir sebagai kerangka teologis yang memperkuat substansi ceramah dan menjadi fondasi utama dalam penyampaian pesan dakwah. Ketiga aspek tersebut saling melengkapi dalam membentuk narasi dakwah yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menyentuh dimensi emosional dan spiritual audiens.

Pesan akidah atau keimanan dan ketauhidan tampak kuat dalam berbagai pernyataan Ustadz Hilman Fauzi, salah satunya melalui ungkapan, "*Akan semakin lelah jika sandarannya bukan Allah, akan semakin capek kalau harapannya bukan Allah, tapi akan semakin kuat jika sandarannya Allah Swt.*" Secara denotatif, pernyataan ini menegaskan ketergantungan manusia kepada Tuhan sebagai sandaran hidup. Secara konotatif, kalimat tersebut menggambarkan Allah sebagai sumber kekuatan batin dan

ketenangan spiritual dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan. Pada level mitos, pesan ini membangun keyakinan bahwa seluruh kesulitan hidup hanya dapat diatasi melalui keimanan yang kokoh kepada Allah Swt. Temuan ini sejalan dengan penelitian Halwati (2023) yang menyatakan bahwa dakwah di media sosial menjadi lebih efektif ketika menekankan dimensi tauhid dan ketergantungan total kepada Allah.

Selain pesan akidah, pesan syariah juga muncul secara konsisten, khususnya dalam penekanan terhadap ibadah sebagai sarana mendekatkan diri kepada Allah dan menyerahkan beban kehidupan. Ustadz Hilman Fauzi menegaskan fungsi doa dan salat sebagai ruang spiritual untuk menyalurkan keluh kesah manusia, sebagaimana tercermin dalam pernyataannya, *"Doa itu senjata orang beriman. Jika telinga manusia sudah tidak bisa mendengarkan keluh kesah kita, sudah saatnya sajadah menjadi tempat terbaik kita menengadahkan kepada Allah."* Pesan ini merepresentasikan transformasi ritual ibadah dari sekadar kewajiban normatif menjadi ruang penyembuhan spiritual (*spiritual healing*) yang kontekstual di tengah tekanan mental masyarakat digital. Temuan ini mengonfirmasi pandangan Effendy (2018) bahwa dakwah yang menekankan kesadaran ibadah mampu memperkuat dimensi spiritual sekaligus emosional audiens.

Pesan akhlak juga menjadi unsur dominan dalam dakwah Ustadz Hilman Fauzi, terutama melalui ajakan untuk bersabar, ikhlas, dan tidak berputus asa. Hal ini tampak dalam ungkapan, *"Tidak ada yang salah dengan perasaan lelah, yang salah itu saat kita berhenti melangkah setelah kita merasakan lelah dalam hidup kita."* Secara denotatif, kalimat ini berisi nasihat untuk terus berjuang. Secara konotatif, pesan tersebut mengandung empati dan penguatan psikologis, sedangkan pada level mitos, kalimat ini menegaskan pandangan Islam bahwa kesabaran merupakan puncak dari akhlakul karimah. Hasil ini memperluas temuan Marti et al. (2023) yang menekankan bahwa dakwah digital menjadi efektif ketika mampu menyentuh dimensi moral dan emosional generasi muda.

Analisis Semiotika Roland Barthes dan Implikasi Teoretis Dakwah Digital

Analisis semiotika Roland Barthes digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi lapisan makna pesan dakwah yang disampaikan dalam program *Kajian Hati*. Analisis dilakukan dengan membedah pesan dakwah ke dalam tiga tingkat makna, yaitu denotasi sebagai makna literal, konotasi sebagai makna emosional dan kultural, serta mitos sebagai makna ideologis yang hidup dalam budaya keagamaan. Ungkapan *"menitipkan lelah di tepi sajadah"* pada level denotasi menggambarkan seseorang yang berdoa di atas sajadah, sedangkan pada level konotasi, kata "lelah" dimaknai sebagai ujian hidup dan "sajadah" sebagai simbol perlindungan spiritual. Pada tingkat mitos, sajadah diposisikan sebagai simbol

penyerahan diri secara total kepada Allah, yang merepresentasikan nilai keikhlasan, kesabaran, dan tawakal sebagai idealitas umat beriman.

Interpretasi ini memperkuat teori Barthes yang menyatakan bahwa setiap simbol media mengandung tatanan makna yang berlapis, meliputi makna literal, emosional, dan ideologis. Dalam konteks dakwah digital, mitos religius yang muncul melalui simbol visual dan narasi reflektif mampu menghidupkan kembali nilai-nilai spiritual tradisional dalam kemasan media modern. Temuan penelitian ini konsisten dan memperluas hasil penelitian sebelumnya. Marti et al. (2023) menegaskan efektivitas YouTube dalam meningkatkan kesadaran keagamaan remaja, sementara penelitian ini menambahkan bahwa efektivitas tersebut juga didukung oleh kekuatan simbolik dan emosional pesan dakwah. Husna (2023) menyoroti pendekatan dialogis Habib Ja'far, sedangkan penelitian ini menemukan pendekatan reflektif-puitis yang lebih kontemplatif sebagai variasi gaya dakwah digital. Temuan Maulida Rizki Hasanah dan Muhammad Naufal Annabil (2025) mengenai simbol spiritual dalam podcast religius diperkuat melalui bukti visualisasi sajadah dan ekspresi lembut yang memiliki daya retorik tinggi. Selain itu, temuan ini mengonfirmasi pandangan Wahanani Mawasti dan Alan Surya (2023) bahwa penggunaan bahasa metaforis meningkatkan empati dan daya sugestif pesan dakwah.

Secara teoretis, penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara substansi pesan dakwah yang meliputi akidah, syariah, dan akhlak dengan lapisan makna semiotika denotatif, konotatif, dan mitos. Pesan dakwah yang disampaikan secara reflektif memiliki kekuatan emosional tinggi karena menghadirkan simbol-simbol sederhana namun bermakna, menyentuh pengalaman spiritual sehari-hari audiens, serta membangun makna kolektif melalui narasi ketuhanan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, penelitian ini mengusulkan sebuah model konseptual yang disebut model dakwah reflektif-semiotik, yaitu pendekatan dakwah digital yang memadukan substansi pesan keislaman dengan penggunaan simbol dan tanda semiotik untuk membangun kesadaran spiritual dan ketenangan emosional audiens. Model ini menempatkan dakwah tidak hanya sebagai proses penyampaian pesan normatif, tetapi juga sebagai praktik komunikasi simbolik yang memungkinkan audiens memaknai pesan dakwah secara reflektif melalui pengalaman emosional dan spiritual yang mendalam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis semiotika terhadap pesan dakwah Ustaz Hilman Fauzi dalam tayangan kajian hati dengan tema “menitipkan Lelah di tepi sajadah untuk tetap berserah” pada kanal *youtube* Trans Tv Official, dapat disimpulkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan mengandung nilai-nilai keislaman yang kuat pada aspek akhlak, akidah dan syari'ah, dengan dominasi pesan moral reflektif yang menekankan keikhlasan, kesabaran, serta penyerahan diri kepada Allah swt. Melalui pendekatan semiotika Roland Barthes, ditemukan bahwa

setiap simbol dan narasi dalam dakwah ustadz Hilman Fauzi memiliki tiga lapisan makna yaitu denotatif(literal), konotatif (emosional), dan mitos(ideologis) yang secara jelas membentuk makna spiritual mendalam bagi audiens digital.

Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkuat teori pesan dakwah klasik dan mengembangkan konsep baru yang disebut “model dakwah reflektif-semiotik”, yaitu pendekatan dakwah yang menggabungkan makna simbolik dengan empati spiritual dalam media digital. Pendekatan ini relevan bagi konteks masyarakat modern yang mengalami kelelahan emosional dan spiritual, serta menunjukkan bahwa dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai ruang kontemplasi dan penguatan mental religius. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk mengidentifikasi isi dan makna pesan dakwah telah tercapai sepenuhnya.

Saran

berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan bagi pengembangan dakwah digital dan penelitian selanjutnya. *Pertama*, bagi para pendakwah dan Lembaga media, penting untuk terus mengadaptasi gaya dakwah yang reflektif dengan mempertimbangkan kebutuhan spiritual audiens digital yang beragam. Penggunaan simbol dan narasi yang puitis seperti dalam dakwah Ustadz Hilman Fauzi terbukti efektif membangun kedekatan emosional. *Kedua*, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek kajian pada berbagai platform media sosial lain seperti tiktok, Instagram, dan podcast guna mengkaji perbedaan makna simbolik lintas media. *Ketiga*, penelitian berikut dapat menggunakan pendekatan analisis resepsi atau netnografi digital untuk menilai bagaimana audiens menafsirkan pesan dakwah reflektif secara sosial dan psikologis. Dengan memperkaya pendekatan dan memperkaya ruang observasi, diharapkan penelitian dakwah ke depan tidak hanya mengungkapkan pesan, akan tetapi juga menjelaskan dampak spiritual dan solusinya terhadap pembentukan karakter keagamaan masyarakat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R., Ardana, T., & Febriana, P. (2023). Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @ duniaislam2 sebagai Media Dakwah. *Academicia Globe*, 2(4), 1–10.
- Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 1–6. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1.3212>
- Fatma, A. (2022). Analisis Semiotika Pesan Dakwah dalam Film Animasi Nussa dan

- Halwati, U. (2023). Pesan Dakwah dalam Media Sosial: Analisis Semiotika terhadap Akun Youtube Ustadz Abdul Somad Official. *Iqtida: Journal of Da'wah and ...*, 3(1), 107–125. <https://e-journal.uingusdur.ac.id/iqtida/article/view/338%0Ahttps://e-journal.uingusdur.ac.id/iqtida/article/download/338/734>
- Hasanah, M. R., Annabil, M. N., Hasidiqi, H., Negeri, I., Hidayatullah, S., Isi, A., Digital, D., & Dakwah, P. (2025). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Konten “Pertanda” dalam Channel YouTube Adi Hidayat Official. *Jurnal Sains Student Research*, 5, 2273.
- Husna, N. (2023). Login Di Close the Door : Dakwah Digital Habib Ja'Far Pada Generasi Z. *Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 38–47. <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar>
- Marti, A., Nuzuli, A. K., & Firtanosa, A. (2023). Peran Video Dakwah di Youtube dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan pada Remaja di Era Digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 102–118. <https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3994>
- Maulida Rizki Hasanah, Muhammad Naufal Annabil, H. H. (2025). Analisis Isi Pesan Dakwah Motivasional Dalam Podcast Ketika Lupa Menikmati Hidup Pada Kanal Youtube Cahaya Untuk Indonesia. *Jurnal Sains Student Research*, 3(5), 571.
- Pratama, W. S., Alfarizi, Z., Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Analisis Persepsi Keislaman Remaja Melalui Konten Youtube “Belajar Islam Pake Logika” Ft Ustadz Felix Siauw. *Naafi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 405–411. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i2.173>
- Wahanani Mawasti, & Alan Surya. (2023). Pesan Dakwah Majasi Untuk Meningkatkan Internalisasi Nilai Islam Pada Generasi Milenial. *INTELEKSIA – Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 5(1), 111–132. doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v5i1.265

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

