KAWAKIB
Journal of Multidisciplinary Research
https://kawakib.kjii.org

E-ISSN: 3089-1094
Vol. 3 No. 1 (2026)

Research Article

The Construction of Visual Da'wah Messages in the Digital Era: A Semiotic Analysis of Habib Jafar Husein Al Hadar's Islamic Educational Content

Riska Rahmayansyah
Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta
E-mail: rahmayansyahr@gmail.com

Abd. Rahman
Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta
E-mail: abdrahmanr170@gmail.com

Ahmad Nawardi
Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta
E-mail: aaahmadnawardi57@gmail.com

Siti Nuri Nurhaidah
Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta
E-mail: sitinurinurhaidah.fai@uia.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research. This is an open access article under the CC BY License: (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0).

Received : August 12, 2026
Revised : August 28, 2026
Accepted : September 18, 2026
Available online : October 31, 2026

How to Cite: Riska Rahmayansyah, Abd. Rahman, Ahmad Nawardi, & Siti Nuri Nurhaidah. (2026). The Construction of Visual Da'wah Messages in the Digital Era: A Semiotic Analysis of Habib Jafar Husein Al Hadar's Islamic Educational Content. Kawakib: Journal of Multidisciplinary Research, 3(1), 66–76. https://doi.org/10.63738/kawakib.v3i1.58

Abstract
This study aims to identify and describe the construction of visual symbols, humor, and millennial communication styles in the Islamic educational content of Habib Jafar Husein Al Hadar, while also analyzing the strengths and weaknesses of this approach as a medium of *dakwah* (religious outreach) for the younger generation. The transformation of *dakwah* in the digital era has shifted the delivery of religious messages from physical spaces—such as mosques—to virtual spaces, requiring preachers to package content concisely and interactively to remain relevant to the characteristics of Generations Y (Millennials) and Z. This qualitative study employs a descriptive-analytical method with a semiotic approach to unpack the meanings embedded in audio-visual elements. The findings reveal that message construction relies on egalitarian symbols to dismantle barriers of authority; this is achieved through a blend of casual attire and religious attributes, eye-level camera angles, and down-to-earth settings like coffee shops. These elements effectively eliminate any impression of rigidity or condescension. Furthermore, contemporary humor, adaptations of popular culture (such as gaming terminology), self-deprecation, and measured

sarcasm serve as de-escalation tools. This strategy mitigates defensiveness, allowing religious topics to be conveyed in a relaxed manner without making the audience feel judged. In terms of post-production, a distinct millennial communication style is evident in the dynamic video editing rhythm, interactive explanatory text, and assertive typography using contrasting colors—all designed to capture attention and maintain viewer retention. The primary strength of this approach lies in its ability to break down the walls of exclusivity surrounding religious narratives and create a "safe space" that sparks youth interest in religion. However, the approach carries the risk of oversimplifying inherently complex discourses on *fiqh* (Islamic jurisprudence) or *aqidah* (theology). There is also a potential for distraction, where comedic elements may dominate the audience's memory over the core substance of the teachings; consequently, this approach still requires a complementary space for deeper, more comprehensive study.

Keywords: Digital Da'wah, Semiotics, Visual Communication, Habib Jafar Husein Al Hadar, Millennial Generation.

Konstruksi Pesan Dakwah Visual di Era Digital: Analisis Semiotika Konten Edukasi Keislaman Habib Jafar Husein Al Hadar

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan konstruksi simbol visual, humor, serta gaya komunikasi milenial pada konten edukasi keislaman Habib Jafar Husein Al Hadar, sekaligus menganalisis kelebihan dan kekurangannya sebagai media dakwah bagi generasi muda. Transformasi dakwah di era digital telah memindahkan penyampaian pesan agama dari ruang fisik, seperti masjid, ke ruang virtual yang menuntut pendakwah untuk mengemas konten secara ringkas dan interaktif agar relevan dengan karakteristik Generasi Milenial dan Z. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode deskriptif-analitis dengan pendekatan semiotika untuk membongkar makna dari elemen-elemen audio-visual. Berdasarkan hasil penelitian, konstruksi pesan dibangun melalui simbol egaliter guna meruntuhkan sekat otoritas, yang dicapai melalui perpaduan busana kasual dengan atribut keagamaan, pengambilan gambar sejajar (eye-level), dan pemilihan latar membumi seperti warung kopi. Elemen-elemen ini terbukti efektif menghilangkan kesan kaku dan menggurui. Lebih lanjut, humor kekinian, adaptasi budaya populer seperti istilah gaming, sikap menertawakan diri sendiri (self-deprecation), serta sarkasme proporsional digunakan sebagai instrumen de-eskalasi. Strategi ini meredam sikap defensif sehingga topik agama dapat disampaikan secara santai tanpa membuat audiens merasa dihakimi. Pada aspek pascaproduksi, gaya komunikasi khas milenial terlihat pada ritme penyuntingan video yang dinamis, teks penjelas interaktif, dan tipografi asertif dengan warna kontras yang diterapkan secara khusus untuk mengunci perhatian dan menjaga retensi penonton. Keunggulan utama dari pendekatan ini adalah kemampuannya meruntuhkan dinding eksklusivitas narasi keagamaan dan menciptakan "ruang aman" yang memantik ketertarikan pemuda terhadap agama. Namun, pendekatan ini memiliki kelemahan berupa risiko penyederhanaan (oversimplification) pada diskursus fikih atau akidah yang sejatinya kompleks. Terdapat pula potensi distraksi di mana unsur komedi lebih mendominasi ingatan audiens dibandingkan substansi inti ajaran, sehingga pendekatan ini tetap membutuhkan ruang kajian lanjutan yang lebih mendalam.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Semiotika, Komunikasi Visual, Habib Jafar Husein Al Hadar, Generasi Milenial.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era digital telah membawa perubahan besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara menyampaikan nilai-nilai keagamaan dan pendidikan Islam. Dakwah yang dahulu umumnya dilakukan secara tatap muka di masjid atau majelis taklim, kini meluas ke ruang virtual melalui media sosial berbasis audio-visual seperti YouTube, Instagram, dan TikTok (S. Rani, 2023). Transformasi ini memunculkan tantangan sekaligus peluang. Generasi muda,

khususnya Milenial dan Generasi Z, memiliki pola konsumsi informasi yang lebih menyukai konten visual yang ringkas, interaktif, dan menghibur dibandingkan metode ceramah satu arah yang konvensional. Kondisi ini menuntut para pendakwah untuk tidak hanya mengandalkan kedalaman ilmu agama, tetapi juga mampu mengemas pesan dakwah secara visual agar relevan, menarik, dan sesuai dengan karakteristik audiensnya (W. Wahidin and M. Hidayatullah, 2026).

Merespons dinamika tersebut, Habib Jafar Husein Al Hadar hadir sebagai tokoh yang berhasil menyajikan edukasi keislaman dengan pendekatan yang sangat segar (W. Budiantoro, 2017). Ia memanfaatkan budaya populer, estetika visual, serta gaya komunikasi khas anak muda dengan menyisipkan humor kekinian sebagai media dakwahnya. Strategi komunikasi yang adaptif dan penuh empati ini sejatinya sejalan dengan prinsip dakwah yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, sebagaimana disebutkan dalam hadis:

> Artinya: "*Berbicaralah kepada manusia sesuai dengan apa yang mereka pahami. Apakah kalian ingin Allah dan Rasul-Nya didustakan?*" (HR. Bukhari no. 127).

Melalui pendekatan tersebut, elemen visual dan humor yang dekat dengan keseharian anak muda digunakan bukan untuk mengurangi nilai kesucian agama, melainkan untuk menghilangkan kesan kaku. Hasilnya, pesan-pesan agama dapat diterima dengan santai, merangkul anak muda, dan membuat mereka merasa *enjoy* tanpa merasa sedang digurui atau dihakimi (S. Huda et al., 2025).

Kajian mengenai dakwah digital Habib Jafar dan pemanfaatan media sosial sebenarnya telah banyak dilakukan oleh para akademisi, namun dengan fokus yang berbeda-beda. *Pertama*, penelitian Hasanah (2021) mengkaji strategi komunikasi dakwah pada program "Pemuda Tersesat", yang lebih menitikberatkan pada pendekatan sosiologis dan komunikasi lisan dalam merespons kegelisahan anak muda. *Kedua*, studi Fauzi dan Muttaqin (2022) menganalisis humor sebagai teknik persuasi dakwah Habib Jafar di YouTube, namun kajian ini hanya berfokus pada aspek kebahasaan dan penyampaian teks secara lisan. *Ketiga*, penelitian Rahman (2020) meneliti semiotika pesan dakwah visual pada ustaz-ustaz populer di Instagram, tetapi kajian tersebut hanya membedah elemen tulisan statis, bukan pada video yang memasukkan unsur humor. *Keempat*, kajian Wulandari (2023) membahas nilai toleransi beragama dalam konten "Jeda Nulis" melalui analisis wacana pada narasi pembicaranya. *Kelima*, studi Hidayat (2022) mengkaji efektivitas media sosial sebagai ruang edukasi Islam bagi Generasi Z secara umum, yang menyimpulkan bahwa kedekatan emosional dan bahasa yang santai sangat menentukan ketertarikan audiens.

Dari kelima tinjauan literatur terdahulu tersebut, terlihat celah penelitian (*research gap*) yang cukup jelas. Mayoritas kajian sebelumnya terpusat pada analisis perkataan (verbal), gaya bahasa, wacana teks, atau tinjauan media secara umum. Belum ada penelitian yang secara khusus membedah elemen visual secara semiotik—seperti bahasa tubuh, pilihan pakaian, sudut pandang kamera, dan simbol gambar—yang disatukan dengan humor anak muda sebagai strategi dakwah pada konten edukasi Habib Jafar (Sholihul Huda et al, 2022). Oleh karena itu, kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada analisis semiotika yang

berfokus pada bagaimana simbol visual, candaan, dan gaya milenial dirangkai menjadi sebuah pesan dakwah yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna di balik pilihan tampilan visual Habib Jafar dalam menarik perhatian generasi muda di era digital.

Urgensi dari penelitian ini sangat penting, mengingat derasnya arus informasi di media digital saat ini sering kali diwarnai oleh narasi keagamaan yang terkesan kaku dan eksklusif. Menganalisis cara kerja pesan dakwah visual Habib Jafar akan memberikan manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, kajian ini dapat memperkaya ilmu komunikasi penyiaran Islam, khususnya di bidang kajian visual. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan atau model edukasi keislaman yang ramah, terbuka, dan mudah diterima. Hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi rujukan nyata bagi para pendidik, pembuat konten keislaman, dan lembaga dakwah dalam menyusun strategi komunikasi visual yang tetap sesuai dengan syariat agama, namun relevan dengan gaya hidup dan pola pikir generasi sekarang.

METODE PENELITIAN

Metode dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis untuk membedah makna di balik pesan dakwah visual. Pendekatan kualitatif dipilih karena kajian ini tidak berfokus pada perhitungan angka statistik, melainkan bertujuan menggali pemahaman mendalam mengenai sebuah fenomena komunikasi dan budaya. Sebagai pisau analisis utamanya, penelitian ini mengaplikasikan ilmu semiotika untuk mengungkap makna tanda baik secara denotasi, konotasi, maupun mitos yang tersembunyi di balik elemen visual, sisipan humor, dan gaya komunikasi khas milenial dalam tayangan dakwah tersebut (F. Hikmawati, 2020).

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer bersumber langsung dari konten video edukasi keislaman yang dibawakan oleh Habib Jafar Husein Al Hadar, khususnya tayangan di platform YouTube (seperti kanal "Jeda Nulis") yang memuat interaksi gaya milenial dan unsur candaan. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur pendukung berupa buku, jurnal ilmiah terdahulu, serta artikel akademik yang berkaitan dengan kajian dakwah digital, strategi komunikasi visual, dan teori semiotika guna memperkaya landasan teoretis penelitian (F. Hikmawati, 2020).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Observasi dilakukan dengan cara menonton, menyimak, dan mengamati secara saksama berbagai elemen tanda, mulai dari bahasa tubuh, pilihan busana, sudut pandang kamera, hingga ungkapan humor verbal dalam video yang dipilih. Proses dokumentasi dilakukan dengan mengambil tangkapan layar (*screenshot*) pada adegan-adegan penting serta menyusun transkrip percakapan yang relevan dengan fokus masalah. Selanjutnya, studi kepustakaan dilakukan

untuk menelaah bahan bacaan yang menjadi rujukan dalam menganalisis temuan visual tersebut secara objektif dan ilmiah (F. Hikmawati, 2020).

Subjek Penelitian

Subjek utama dalam penelitian ini adalah konten-konten dakwah audio-visual yang diproduksi dan dibawakan oleh Habib Jafar Husein Al Hadar melalui berbagai platform media sosial resminya, yakni kanal YouTube (*Jeda Nulis*), serta akun Instagram (@husein_hadar) dan TikTok (@husein_hadar). Subjek ini dipilih secara sengaja (*purposive*) karena Habib Jafar merupakan salah satu figur pendakwah masa kini yang paling menonjol dan sukses dalam merekonstruksi penyampaian nilai-nilai agama di ruang digital. Ia dinilai secara konsisten berhasil meramu ajaran Islam dengan budaya populer, estetika visual, serta selera humor yang sangat mewakili identitas dan gaya komunikasi keseharian Generasi Milenial maupun Generasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penilitan

Bagian ini secara khusus menyajikan penjabaran yang utuh dan mendalam mengenai kesimpulan dari temuan lapangan terkait analisis semiotika pada konten edukasi keislaman Habib Jafar Husein Al Hadar. Penjabaran berikut berfokus langsung pada analisis makna di balik tanda visual, pengemasan humor, serta strategi gaya komunikasi, tanpa menyertakan kembali kerangka konseptual atau landasan teoretis. Hasil penelitian secara gamblang menunjukkan bahwa seluruh elemen audio-visual dikonstruksi secara sengaja dan terukur untuk merancang sebuah narasi dakwah yang inklusif, hangat, dan mudah diterima oleh logika serta emosi generasi muda masa kini.

Konstruksi Simbol Visual: Meruntuhkan Sekat Otoritas dan Membangun Kesetaraan

Temuan utama dalam aspek visual memperlihatkan adanya sebuah upaya sistematis untuk mendekonstruksi citra pendakwah konvensional yang sering kali terlihat berjarak, kaku, dan eksklusif. Simbol-simbol visual yang ditampilkan bekerja secara aktif untuk menempatkan sang pendakwah berada di posisi yang sejajar dengan penontonnya, menciptakan kesan kesetaraan yang sangat kuat.



Gambar 1. Harmonisasi Atribut Pakaian (*Wardrobe*)

Harmonisasi Atribut Pakaian (*Wardrobe*): Habib Jafar secara konsisten memadukan identitas keagamaan dengan pakaian kasual sehari-hari berupa kaos oblong berwarna gelap, jaket, atau kemeja santai (Chanel Youtube beda Universe). Pilihan pakaian ini menentukan jarak sosial; dengan menggunakan pakaian kasual alih-alih jubah kebesaran, secara visual pendakwah sedang menurunkan "tembok otoritas" sehingga audiens merasa lebih dekat. Perpaduan visual ini secara efektif menghilangkan kesan menggurui, serta mengirimkan pesan bahwa ajaran agama bisa dipelajari oleh siapa saja dalam balutan kesederhanaan.

a. Bahasa Tubuh dan Kontak Mata (Eye-Level):

   Pengambilan gambar yang sejajar (eye-level) membangun kesan komunikasi antar-teman yang setara atau egaliter. Hal ini sangat berbeda dengan gaya pengambilan gambar dari bawah (low-angle) yang memunculkan kesan mendominasi atau menggurui. Sudut kamera ini diperkuat dengan sikap tubuh yang terbuka dan santai untuk mengomunikasikan kesetaraan dan keramahan.

b. Pemilihan Latar Tempat (Setting) yang Membumi:

   Praktik dakwah dalam konten ini tidak dikurung di dalam ruang sakral, melainkan dibawa ke ruang-ruang yang akrab dengan keseharian anak muda. Latar warung kopi dengan ornamen keseharian menciptakan ilusi "ruang aman" bagi audiens, mengubah persepsi bahwa agama relevan dalam setiap denyut aktivitas pergaulan sosial pemuda tanpa membuat mereka merasa dihakimi.

Humor sebagai Instrumen De-Eskalasi dan Pembangun Kedekatan Emosional

Humor yang disajikan dalam konten edukasi ini ditemukan bukan sebagai sekadar pemanis buatan, melainkan sebagai instrumen persuasi utama untuk merangkul generasi yang rentan merasa dihakimi. Humor berfungsi sebagai pelunak ketika membahas syariat atau aturan agama (Chanel Youtube PWK).



Gambar 2. Rekontekstualisasi Bahasa Slang dan Budaya Pop

1. **Rekontekstualisasi Bahasa Slang dan Budaya Pop:** Penggunaan diksi kekinian, seperti istilah yang diadaptasi dari kultur permainan video (gaming) untuk mendeskripsikan proses ketertarikan pada Islam, menunjukkan tingginya kepekaan kultural pendakwah. Penggunaan bahasa bergaya anak muda ini

secara instan memotong jarak komunikasi, menjadikan pesan agama terasa familier dan relevan.

2. **Komedi Situasional dan Sikap Menertawakan Diri Sendiri (Self-Deprecation):** Elemen visual dan humor yang dekat dengan keseharian digunakan bukan untuk mengurangi nilai kesucian agama, melainkan untuk menghilangkan kesan kaku. Narasi masa lalu (seperti pengakuan kenakalan) menonjolkan sisi manusiawi sang pendakwah, meredam sikap defensif audiens dengan menunjukkan bahwa beragama adalah perjalanan untuk terus memperbaiki diri. Hasilnya, pesan dapat diterima dengan santai dan membuat audiens enjoy tanpa merasa sedang digurui.
3. **Sarkasme Proporsional sebagai Media Refleksi:** Kritik terhadap fenomena keberagamaan yang sempit sering dibungkus dalam sarkasme ringan. Pendekatan jenaka ini memungkinkan audiens untuk ikut merenungkan kesalahan diri sendiri sambil tertawa santai. Kritik masuk ke dalam alam pikir penonton tanpa membuat mereka merasa diserang secara personal.

Gaya Komunikasi Visual: Estetika dan Pemeliharaan Retensi Penonton

Penelitian ini juga menarik kesimpulan bahwa kedalaman makna dari pesan lisan ditopang oleh pengemasan pascaproduksi yang selaras dengan pola konsumsi media digital masa kini. Elemen visual pendukung memainkan peran krusial (Sumber Instagram Habib Jafar).



Gambar 3. Gaya Komunikasi Visual

1. Tipografi yang Asertif dan Memancing Penasaran: Desain grafis memegang peran sentral sebagai elemen pertama yang mengunci perhatian audiens. Penggunaan teks berukuran masif dengan pemilihan warna yang kontras sengaja dirancang untuk mendominasi layar gawai. Kalimat pemancing membangkitkan rasa penasaran yang besar, mendorong audiens untuk segera menonton video tersebut sampai selesai.
2. Ritme Penyuntingan Video yang Dinamis: Seluruh konten video disesuaikan dengan pola konsumsi generasi masa kini yang menyukai konten visual yang

ringkas. Dengan ritme pergantian gambar yang padat dan dinamis, pesan-pesan agama yang sejatinya berat dapat dipadatkan menjadi potongan informasi yang tidak membosankan dan sangat mudah dicerna

3. Interaktivitas Melalui Teks Penjelas: Konten yang disajikan tidak hanya bersifat interaktif secara lisan, tetapi juga dibantu dengan teks visual di layar. Penonton tidak hanya mendengarkan, tetapi secara visual dipandu untuk mencatat poin-poin penting. Gaya interaktif ini menyerupai pola konten media sosial masa kini, sehingga audiens merasa dilibatkan secara aktif

Berdasarkan paparan temuan di atas, dapat ditarik kesimpulan tegas bahwa efektivitas tingkat penerimaan dakwah visual Habib Jafar Husein Al Hadar bersumber pada kecakapannya dalam memadukan budaya populer, estetika visual, serta gaya komunikasi khas anak muda dengan sisipan humor kekinian. Simbol kesederhanaan pada pilihan busana, bahasa tubuh yang merangkul, serta latar ruang keseharian bekerja efektif menetralisasi stigma kaku pada dakwah. Perpaduan dari elemen humor dan gaya visual yang merangkul inilah yang akhirnya berhasil menyajikan pesan agama yang dapat diterima dengan santai, relevan, dan membuat anak muda merasa tidak dihakimi di era digital

Pembahasan

Pembahasan ini menguraikan simpulan dari temuan lapangan yang secara khusus difokuskan untuk menjawab dua rumusan masalah utama, yakni bagaimana bentuk konstruksi simbol visual, humor, dan gaya milenial dirangkai, serta apa saja kelebihan dan kelemahan dari pendekatan dakwah digital tersebut dalam merangkul generasi muda.

Konstruksi Simbol Visual, Humor, dan Gaya Komunikasi Milenial

Bentuk konstruksi pesan dalam konten edukasi keislaman Habib Jafar Husein Al Hadar memadukan elemen-elemen yang sepenuhnya berpusat pada upaya menghilangkan jarak sosial. Kesimpulan dari temuan lapangan memperlihatkan tiga bentuk konstruksi utama (P. R. Andhita, 2021):

a. Simbol Visual yang Setara (Egaliter): Konstruksi visual secara konsisten membuang kesan kaku yang sering melekat pada metode ceramah konvensional. Pemilihan busana kasual yang disandingkan dengan atribut keagamaan membaurkan otoritas keilmuan dengan keakraban keseharian (A. Nelsa and A. W. Permana, 2024). Pengambilan gambar yang sejajar (*eye-level*) di ruang publik seperti warung kopi menegaskan posisi yang setara antara penyampai pesan dan audiens, sehingga sepenuhnya menghindari nuansa dominasi atau menggurui.
b. Humor sebagai Strategi De-eskalasi: Bentuk candaan yang digunakan tidak berdiri sendiri sebagai hiburan semata (K. G. P. Saisarani and N. K. Sinarwati, 2021), melainkan dirangkai sebagai pelunak (*mitigasi*) topik agama yang berat. Penggunaan diksi adaptif (seperti istilah *gaming* "Login") dan komedi situasional yang menertawakan kekurangan diri sendiri (*self-deprecation*) terbukti ampuh meredam sikap defensif penonton usia muda (Asfar and Taufan, 2019). Melalui pengakuan atas ketidaksempurnaan masa lalu, penonton diajak menyadari bahwa beragama adalah proses perbaikan yang terus berjalan (Andhita, 2021).

c. Gaya Pengemasan Visual yang Cepat dan Interaktif: Konstruksi komunikasi khas milenial sangat terlihat pada fase pascaproduksi. Tipografi berukuran besar dengan warna kontras digunakan sebagai pengunci perhatian utama, sementara ritme penyuntingan (*editing*) yang cepat dan dinamis dirancang secara khusus untuk merespons rentang perhatian Generasi Z yang kian pendek (Bramantyo and Pandrianto, 2024).

Kelebihan dan Kekurangan Pendekatan Dakwah Visual Berbasis

Pemanfaatan estetika visual dan budaya populer dalam dakwah digital ini membawa dampak yang signifikan, namun juga menyisakan ruang evaluasi. Berikut adalah simpulan mengenai kelebihan dan kekurangannya (M. Al-Fairusy and M. R. F. Ar, 2026):

a. Kelebihan Pendekatan: Keunggulan paling utama dari pendekatan ini adalah kemampuannya meruntuhkan dinding eksklusivitas narasi keagamaan. Pesan-pesan syariat dapat diterima dengan santai dan hangat, menciptakan sebuah "ruang aman" yang membuat anak muda merasa dirangkul tanpa merasa dihakimi (I. Nawawi, 2025). Kedekatan emosional ini membuat audiens merasa *enjoy* dan lebih terbuka untuk menyerap nilai-nilai toleransi dan akhlak yang disisipkan di sela-sela humor. Pendekatan ini terbukti merupakan strategi persuasi yang sangat efektif di tengah derasnya arus informasi media sosial masa kini (W. K. Ichsan et al., 2026).
b. Kekurangan dan Keterbatasan Pendekatan: Di sisi lain, tuntutan untuk menyajikan konten yang ringkas, menghibur, dan bertempo cepat memiliki sejumlah kelemahan bawaan. Pertama, terdapat risiko penyederhanaan (*oversimplification*) terhadap diskursus fikih atau akidah yang sejatinya kompleks. Topik teologis yang berat sering kali tidak dapat dibedah secara komprehensif akibat keterbatasan durasi dan tuntutan alur yang ringan (N. Setiawati et al., 2024). Kedua, dominasi elemen humor dan tipografi yang mencolok berpotensi menimbulkan distraksi, di mana audiens bisa jadi lebih mengingat unsur komedi dan gaya santainya dibandingkan substansi keagamaan yang menjadi inti ajaran. Oleh karena itu, pendekatan ini sangat kuat sebagai pemantik awal (katalis) ketertarikan generasi muda terhadap agama, namun tetap membutuhkan ruang kajian lanjutan yang lebih mendalam agar pemahaman mereka menjadi utuh (Nawawi, 2025).

KESIMPULAN

Bentuk konstruksi pesan dalam konten edukasi keislaman Habib Jafar Husein Al Hadar berpusat pada upaya menghilangkan jarak sosial antara pendakwah dan audiens. Konstruksi ini dibangun melalui tiga elemen utama:

1. Simbol Visual yang Setara (Egaliter): Penggunaan busana kasual yang dipadukan dengan atribut keagamaan efektif membaurkan otoritas keilmuan dengan keakraban keseharian. Pengambilan gambar yang sejajar (*eye-level*) di ruang publik yang membumi, seperti warung kopi, menegaskan posisi yang setara dan sepenuhnya menghindari nuansa dominasi atau menggurui.

2. Humor sebagai Strategi De-eskalasi: Candaan dirangkai sebagai instrumen pelunak (mitigasi) untuk topik agama yang berat. Penggunaan diksi adaptif populer, seperti istilah *gaming*, dan komedi situasional yang menertawakan diri sendiri (*self-deprecation*) terbukti ampuh meredam sikap defensif audiens usia muda. Hal ini mengajak penonton menyadari bahwa beragama adalah proses perbaikan yang terus berjalan.
3. Gaya Pengemasan Visual Cepat dan Interaktif: Tipografi berukuran besar dengan warna kontras digunakan sebagai pengunci perhatian utama pada fase pascaproduksi. Ritme penyuntingan (*editing*) yang cepat dan dinamis dirancang secara khusus untuk merespons rentang perhatian Generasi Z yang kian pendek.

Pemanfaatan estetika visual dan budaya populer dalam penyampaian edukasi keislaman kepada generasi muda membawa dampak yang signifikan, namun juga menyisakan ruang evaluasi:

1. Kelebihan: Keunggulan paling utama adalah kemampuannya meruntuhkan dinding eksklusivitas narasi keagamaan. Pesan-pesan syariat dapat diterima dengan santai dan hangat, menciptakan sebuah "ruang aman" yang membuat anak muda merasa dirangkul tanpa merasa dihakimi. Kedekatan emosional ini menjadikan pendekatan tersebut sangat efektif sebagai pemantik (katalis) awal ketertarikan generasi muda terhadap ajaran agama.
2. Kekurangan dan Keterbatasan: Tuntutan untuk menyajikan konten yang ringkas, menghibur, dan bertempo cepat membawa risiko penyederhanaan (*oversimplification*) terhadap diskursus fikih atau akidah yang sejatinya kompleks. Topik teologis yang berat sering kali tidak dapat dibedah secara komprehensif akibat keterbatasan durasi. Selain itu, dominasi elemen humor dan tipografi yang mencolok berpotensi menimbulkan distraksi, di mana audiens bisa jadi lebih mengingat unsur komedinya dibandingkan substansi keagamaan yang menjadi inti ajaran. Oleh karena itu, pendekatan ini tetap membutuhkan ruang kajian lanjutan yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, M. "Fenomena Dakwah Di Media Sosial: Kajian Deskriptif Tentang Strategi Penyampaian Pesan Oleh Dai Digital." Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU Kebumen), 2025.

Al-Fairusy, M., and M. R. F. Ar. "Dakwah Mimbar Dan Transformasi Pola Komunikasi Keagamaan Di Era Digital (Studi Di Kota Lhokseumawe)." *Journal of Social and Policy Issues*, 2026, 59–64.

Andhita, P. R., Sos, S. ,. &. Kom, M. I. *Komunikasi Visual*. Vol. 1. Zahira Media Publisher, 2021.

Asfar, I. T., and I. Taufan. "Analisis Naratif, Analisis Konten, Dan Analisis Semiotik (Penelitian Kualitatif)." *No. January*, 2019, 1–13.

Asti, A. "ANALISIS ETNOGRAFI VISUAL PERSEPSI MILENIAL TERHADAP DAKWAH MEDIA SOSIAL DIERA DIGITAL (Studi Kasus Persepsi Milenial Terhadap Dakwah Media Sosial Di Dusun Labbu Desa Pengkajoang Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara)." Doctoral dissertation, IAIN Palopo, 2025.

Azharghany, R. *Pop-Islam versus Dakwah Ideologis: Strategi Media Dan Segmentasi Audiens Habib Husein Ja'far Dan Felix Siauw Di YouTube*. n.d.

Bramantyo, N. G. A., and N. Pandrianto. "Analisis Semiotika Konten Sebat Cuy Episode Satu." *Koneksi* 8, no. 2 (2024): 334–42.

Budiantoro, W. "Dakwah Di Era Digital." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 11, no. 2 (2017): 263–81.

Fitri, H., M. Ichsan, and R. Yunita. "Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce Pada Konten Tiktok Dalam Political Branding Prabowo-Gibran Di Pemilihan Umum 2024." *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 5 (2024): 4825–44.

Hikmawati, F. *Metodologi Penelitian*. 2020.

Huda, S., S. Vidiana, A. Anandari, et al. *Digitalisasi Konten Dakwah Berbasis Media Sosial*. 2025.

Ichsan, W. K., R. M. Hasan, and A. M. Yanti. "Model Komunikasi Dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar Di Media Youtube." *Fathir: Jurnal Studi Islam* 3, no. 1 (2026): 60–79.

Jamal, G., and A. S. Nur. "Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial." *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management* 1, no. 1 (2022): 41–56.

Nawawi, I. "Optimalisasi Media Sosial Dalam Manajemen Dakwah Di Era Transformasi Digital." *JOURNAL OF GLOBAL DA'WAH AND COMMUNITY* 1, no. 1 (2025): 9–18.

Nelsa, A., and A. W. Permana. *Mengurai Pesan Visual Ikon, Indeks, Dan Simbol Dalam Desain Komunikasi Modern*. AMU Press, 2024.

Rani, S. "Transformasi Komunikasi Dakwah Dalam Era Digital: Peluang Dan Tantangan Dalam Pendidikan Islam Kontemporer." *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)* 4, no. 1 (2023): 207–16.

Saisarani, K. G. P., and N. K. Sinarwati. "Analisis Pengelolaan Dana Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Di SMA Negeri 4 Singaraja Tahun 2020." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 11, no. 2 (2021): 340–48.

Setiawati, N., C. Chotimah, and N. F. Mappaselleng. *Membumikan Dakwah Di Era Digital Mengintegrasikan Kearifan Lokal Dan Teknologi: Panduan Praktis Dakwah Majelis Taklim Di Kota Makassar*. Nas Media Pustaka, 2024.

Sholihul Huda, S. H. I., and M. Fil. *Dakwah Digital Muhammadiyah (Pola Baru Dakwah Era Disrupsi)*. Samudra Biru, 2022.

Wahidin, W., and M. Hidayatullah. "Transformasi Dakwah Di Era Digital: Analisis Strategi Komunitas Shift Pemuda Hijrah Dalam Membangun Ekosistem Dakwah Online Yang Berkelanjutan." *Indonesian Journal of Dakwah and Communication* 1, no. 1 (2026): 1–15.

Walisyah, T. "Bentuk-Bentuk Komunikasi Visual Dalam Periklanan." *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam* 6, no. 1 (2019): 33–57.