



Analisis Isi Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar di Tik Tok @huseinjafar

Sri Mayangsari^{1*}, Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam²

^{1,2} Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng Jombang, Indonesia

Alamat: Jl. Irian Jaya No. 55, Tebuireng, Cukir, Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471, Indonesia

Korespondensi penulis: mayangsarisri102@gmail.com

Abstract. *The development of digital technology has brought a significant transformation in the method of delivering Islamic preaching, one of which is through TikTok social media. Habib Husein Ja'far Al-Hadar emerged as one of the young preachers who utilized this platform effectively with a unique and contextual approach. This study aims to analyze the content of the da'wah message delivered by Habib Husein Ja'far through the TikTok account @huseinjafar. This research focuses on two main problem formulations, namely how the content of the da'wah messages delivered and how the analysis of these messages in the context of da'wah communication. Through the qualitative content analysis method, it was found that Habib Husein Ja'far packaged his da'wah messages with a light approach, relevant to current trends, and used a communicative and inclusive language style. The messages contain moral, spiritual, and social values that are delivered in a brief but impactful manner, so as to attract attention and build closeness with the audience, especially the younger generation. The findings show that a social media-based da'wah strategy with an adaptive and communicative approach can increase the effectiveness of spreading Islamic values in a digital society.*

Keywords: *Da'wah Message, Habib Husein Ja'far Al-Hadar, TikTok*

Abstrak. Perkembangan teknologi digital telah menghadirkan transformasi signifikan dalam metode penyampaian dakwah Islam, salah satunya melalui media sosial TikTok. Habib Husein Ja'far Al-Hadar muncul sebagai salah satu pendakwah muda yang memanfaatkan platform ini secara efektif dengan pendekatan yang unik dan kontekstual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah yang disampaikan Habib Husein Ja'far melalui akun TikTok @huseinjafar. Penelitian ini difokuskan pada dua rumusan masalah utama, yakni bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan serta bagaimana analisis terhadap pesan-pesan tersebut dalam konteks komunikasi dakwah. Melalui metode analisis isi kualitatif, ditemukan bahwa Habib Husein Ja'far mengemas pesan-pesan dakwahnya dengan pendekatan yang ringan, relevan dengan tren kekinian, serta menggunakan gaya bahasa yang komunikatif dan inklusif. Pesan-pesan tersebut mengandung nilai-nilai moral, spiritual, dan sosial yang disampaikan secara singkat namun berdampak, sehingga mampu menarik perhatian dan membangun kedekatan dengan audiens, khususnya generasi muda. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi dakwah berbasis media sosial dengan pendekatan adaptif dan komunikatif mampu meningkatkan efektivitas penyebaran nilai-nilai Islam dalam masyarakat digital.

Kata kunci: Pesan Dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar, TikTok

1. LATAR BELAKANG

Dakwah merupakan aktivitas komunikasi yang bertujuan menyampaikan ajaran Islam secara terstruktur dan terencana kepada khalayak, atau yang dikenal sebagai mad'u. Dalam prosesnya, dakwah tidak hanya bersifat menyampaikan, tetapi juga mengajak dan memengaruhi untuk mengamalkan nilai-nilai Islam sesuai dengan akidah, syariah, dan akhlak. Seorang da'i bertugas sebagai komunikator dakwah, yang membawa pesan-pesan keislaman berdasarkan Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah SAW. Dakwah merupakan instrumen strategis dalam menjaga keberlangsungan nilai-nilai spiritual di tengah masyarakat (Chandra, et.al, 2025).

Dakwah juga berperan sebagai media transformasi sosial yang menjembatani ajaran Islam dengan realitas kontemporer. Setiap aktivitas dakwah sejatinya tidak terlepas dari unsur-unsur dakwah itu sendiri, seperti *da'i*, *mad'u*, *maddah* (materi), *wasilah* (media), *thariqah* (metode), dan *atsar* (dampak). Unsur-unsur ini berperan secara sinergis dalam menentukan keberhasilan dakwah sebagai suatu proses komunikasi religius. Materi atau isi pesan dakwah menjadi komponen sentral karena berfungsi sebagai substansi yang hendak disampaikan kepada audiens. Keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh sejauh mana materi dakwah mampu disampaikan secara tepat sasaran dan relevan dengan konteks sosial masyarakat (Harahap, 2024).

Fokus utama diarahkan pada materi dakwah berupa akidah, syariah, dan akhlak sebagai pilar utama ajaran Islam. Materi dakwah yang efektif harus bersumber dari literatur yang otoritatif seperti Al-Qur'an, hadis, ijma', dan qiyas. Ketepatan dan kebenaran materi menjadi penting agar pesan yang disampaikan tidak menyimpang dari nilai-nilai Islam yang autentik. Dalam konteks penyebaran dakwah melalui media digital, pemilihan materi yang sesuai dengan karakteristik platform juga menjadi pertimbangan strategis (Suyudi, et.al, 2024). Maka, klasifikasi materi menjadi tiga kategori utama, yakni akidah, syariah, dan akhlak, bertujuan untuk mengarahkan dakwah secara sistematis dan mendalam. Fokus ini pula yang menjadi kerangka dasar dalam penelitian ini untuk menilai efektivitas isi pesan dakwah dalam media sosial TikTok.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, internet menjadi medium utama dalam penyebaran berbagai informasi termasuk dakwah Islam. Media sosial sebagai bagian dari teknologi digital menghadirkan peluang sekaligus tantangan baru dalam berdakwah. Dengan sifatnya yang interaktif, fleksibel, dan lintas ruang-waktu, media sosial mampu memperluas jangkauan dakwah secara signifikan. TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang berkembang pesat, menghadirkan format video pendek yang mampu menyesuaikan dengan gaya komunikasi generasi milenial dan generasi Z. Hal ini membuka ruang dakwah untuk tampil lebih dinamis dan komunikatif (Pamungkas & Halwati, 2023).

Popularitas TikTok di Indonesia kian meningkat, dengan pengguna aktif mencapai 157,6 juta orang pada tahun 2024, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia. Dengan durasi video yang bervariasi dari 15 detik hingga 10 menit, TikTok memberikan keleluasaan bagi pengguna untuk menyampaikan pesan secara singkat namun bermakna (Radjaguguk & Andriani, 2025). Platform ini juga dilengkapi dengan fitur interaktif seperti siaran langsung, efek visual, dan filter audio yang mendukung kreativitas dalam penyampaian pesan. Berbagai kalangan, termasuk tokoh agama dan

pendakwah, mulai memanfaatkan TikTok sebagai medium dakwah yang inovatif. Fenomena ini menandai terjadinya pergeseran paradigma dalam strategi dakwah kontemporer (Uyuni, 2023).

Pasca-reformasi tersebut, konten positif mulai berkembang dan merambah ke berbagai ranah, termasuk pendidikan, kesehatan, psikologi, dan keagamaan. Munculnya konten-konten dakwah dalam platform ini menjadi bukti bahwa TikTok tidak lagi hanya berfungsi sebagai media hiburan semata. Dakwah dalam TikTok kini menjadi bentuk baru komunikasi spiritual yang inklusif dan modern. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah dapat bertransformasi menjadi ruang dialog kebudayaan yang produktif (Riska, 2024). Akun TikTok @huseinjafar resmi dibuat pada 17 Desember 2020 sebagai bentuk komitmen dakwah digital yang adaptif. Konten pertama yang diunggah adalah video pengenalan yang menegaskan niat dakwah melalui TikTok, bersama beberapa rekan dakwah lainnya. Sejak saat itu, akun tersebut secara aktif menyajikan konten berupa potongan ceramah singkat, refleksi keagamaan, hingga dakwah interaktif yang berbasis pada isu kekinian. Dengan memanfaatkan fitur-fitur TikTok, dakwah Habib Husein mampu menjangkau khalayak luas, terutama generasi muda yang aktif di media sosial. Fenomena ini mengindikasikan terjadinya integrasi antara nilai religius dengan media populer secara harmonis. Yang menarik dari pendekatan Habib Husein Ja'far adalah kemampuannya memadukan tren populer dengan pesan moral dan religius yang mendalam (Hidayatullaj, 2024).

Berdasarkan seluruh latar belakang tersebut, maka penelitian ini dirancang untuk menjawab dua pertanyaan utama, pertama, bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui akun TikTok-nya; dan kedua, bagaimana analisis terhadap substansi pesan-pesan tersebut dalam kerangka dakwah Islam. Kedua pertanyaan ini menjadi pijakan awal dalam merumuskan tujuan dan arah analisis penelitian. Diharapkan hasil penelitian ini mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai efektivitas dakwah digital yang berbasis pada nilai, metode, dan pendekatan komunikatif. Maka, dakwah di era digital tidak hanya menjadi aktivitas ritual semata, tetapi juga menjadi strategi pembentukan moral publik yang aktual dan berdaya guna.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Dasar Dakwah

Secara etimologis, istilah *dakwah* berasal dari bahasa Arab "da'wah" (دعوة), yang memiliki arti dasar seperti memanggil, mengajak, menyeru, hingga mendoakan. Dalam konteks Islam, dakwah berarti suatu proses sadar yang dilakukan oleh seorang da'i untuk

mengajak manusia menuju jalan Allah SWT sesuai ajaran Al-Qur'an dan sunnah. Dakwah merupakan aktivitas yang tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga komunikasi transformatif yang bertujuan mengubah sikap dan perilaku mad'u melalui penyampaian pesan keagamaan. Dakwah harus dilakukan secara terencana dan terarah, sehingga setiap langkahnya memiliki relevansi terhadap tujuan utama: terciptanya kehidupan yang damai dan berkeadaban. Dalam pendekatan sistem, dakwah adalah sistem interaktif yang terdiri atas da'i, mad'u, materi, media, metode, dan dampak (Putri, 2023).

Pesan Dakwah dan Unsurnya

Pesan dakwah merupakan unsur esensial yang menjadi isi dari proses komunikasi dakwah. Dalam perspektif komunikasi, pesan adalah simbol verbal atau non-verbal yang dikodekan oleh komunikator untuk memengaruhi penerima pesan. Pesan dakwah mencakup berbagai bentuk ekspresi seperti kata, gambar, maupun simbol yang bertujuan menanamkan pemahaman keislaman serta mendorong perubahan sikap. Maka, efektivitas dakwah tidak hanya terletak pada siapa yang menyampaikan, tetapi juga pada bagaimana pesan itu dirancang dan dikomunikasikan. Kualitas pesan dakwah akan menentukan tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan dakwah yang bersifat edukatif dan transformative (Setyawan, 2025).

Jenis Pesan Dakwah

Pesan dakwah secara umum diklasifikasikan ke dalam tiga jenis utama, yaitu aqidah, syari'ah, dan akhlak.

- a. Aqidah berasal dari kata *al-'aqdu* yang berarti ikatan atau perjanjian yang kuat, dan dalam istilah Islam berarti keyakinan yang teguh terhadap Allah SWT dan enam rukun iman. Pesan dakwah dalam aspek aqidah mengarahkan mad'u untuk memperkuat keimanan terhadap Allah, malaikat, kitab, rasul, hari kiamat, dan qadha serta qadar. Aqidah yang lurus akan melahirkan keteguhan hati dalam beribadah dan komitmen menjalankan syariat Allah. Penguatan aqidah merupakan pilar utama dalam dakwah yang bersifat ideologis dan fundamental (Ozi, 2023).
- b. Pesan syari'ah dalam dakwah mencakup ajaran-ajaran hukum Islam yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan dan sesamanya. Syari'ah sebagai wahyu Ilahi mencakup aturan tentang ibadah, muamalah, dan munakahat secara menyeluruh. Dalam praktik dakwah, penyampaian kewajiban seperti shalat, zakat, transaksi halal, dan tata cara pernikahan merupakan wujud konkret pembinaan umat. Pesan ini mendidik

masyarakat agar hidup tertib, adil, dan bertanggung jawab dalam ruang sosial yang berlandaskan nilai-nilai Islam (Ritonga, 2024).

- c. Akhlak merupakan inti dari pesan dakwah yang berorientasi pada pembentukan moralitas dan etika individu dalam kehidupan sehari-hari. Berasal dari kata *khuluq*, akhlak menggambarkan perangai atau karakter bawaan seseorang yang terejawantah dalam tindakan tanpa rekayasa (Abrahas, 2023). Pesan akhlak dalam dakwah menekankan nilai seperti kejujuran, amanah, kesabaran, kerendahan hati, dan tanggung jawab. Dengan menumbuhkan akhlak yang mulia, dakwah turut menciptakan tatanan masyarakat yang harmonis, beradab, dan penuh toleransi.

Media Dakwah dan Perkembangannya

Media dakwah adalah alat perantara yang digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan kepada mad'u secara luas dan efektif. Menurut Wilbur Schramm, media berfungsi sebagai teknologi komunikasi yang memperluas jangkauan dan memperjelas isi pesan. Dalam era digital, media sosial menjadi wahana strategis yang mampu menjembatani pesan dakwah dengan kebutuhan informasi masyarakat modern. TikTok sebagai salah satu media sosial yang paling populer menawarkan fitur-fitur visual yang mendukung kreativitas penyampaian pesan dakwah. Oleh karena itu, pendakwah dituntut untuk mampu mengadaptasi teknologi sebagai strategi komunikasi dakwah yang kontekstual dan efisien (Puspianto, 2023).

TikTok sebagai Media Dakwah

TikTok merupakan aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penggunaannya untuk menyampaikan pesan secara menarik, cepat, dan langsung. Aplikasi ini memiliki fitur-fitur seperti efek visual, musik latar, dan filter wajah yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat daya tarik konten dakwah. Popularitas TikTok yang tinggi di kalangan generasi muda membuat platform ini relevan sebagai media dakwah yang menjangkau segmen audiens digital. Dalam konteks dakwah Habib Husein Ja'far, TikTok digunakan sebagai media penyampaian pesan akidah, syari'ah, dan akhlak dengan pendekatan kreatif dan bahasa yang inklusif. Keberhasilan penggunaan TikTok sebagai media dakwah menunjukkan bahwa transformasi digital telah membawa dakwah ke ranah yang lebih luas dan adaptif (Sirait & Nasution, 2024).

Teori Analisis Isi Model Philipp Mayring

Model analisis isi yang dikembangkan oleh Philipp Mayring merupakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami pesan dalam teks secara sistematis dan kontekstual. Pendekatan ini menekankan pentingnya komunikasi sebagai inti dari proses analisis, dengan mempertimbangkan latar belakang sosial, budaya, dan psikologis komunikator. Mayring juga menekankan pembentukan kategori analisis yang fleksibel namun terstruktur, sehingga dapat disesuaikan selama proses penelitian berlangsung. Model ini sangat relevan untuk mengkaji pesan-pesan dakwah yang tidak hanya bersifat verbal, tetapi juga mengandung simbol dan nilai budaya (Amna, 2025).

Pelaksanaan model ini mencakup lima tahap utama yang saling berkesinambungan dan terukur. Pertama, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai dasar analisis, lalu mengkategorikan pesan sesuai tema yang diteliti. Data kemudian diklasifikasikan ke dalam kategori yang telah ditetapkan dan dianalisis secara tematik. Proses diakhiri dengan evaluasi reliabilitas melalui uji keabsahan formatif dan pengecekan sumatif, guna memastikan ketepatan dan akurasi hasil analisis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi untuk memahami pesan dakwah Habib Husein Ja'far di TikTok @huseinjafar. Pendekatan ini bertujuan menggambarkan makna pesan secara mendalam dalam konteks sosial dan komunikasi digital. Data utama diperoleh dari video-video yang diunggah di akun tersebut, yang dianalisis berdasarkan tema, bahasa, dan gaya penyampaian. Penelitian ini tidak berfokus pada angka, melainkan pada pemaknaan atas isi dakwah yang disampaikan. Teori analisis isi dari Holsti digunakan untuk mengungkap struktur pesan secara sistematis dan objektif (Rambe, 2024).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah video dakwah pada akun TikTok @huseinjafar dari Desember 2022 hingga saat penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data meliputi dokumentasi dan observasi visual terhadap konten video. Data sekunder diperoleh dari buku-buku dakwah dan referensi komunikasi. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu kodifikasi, penyajian data, dan verifikasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, waktu, dan teknik, serta diskusi sejawat. Langkah-langkah ini dilakukan agar hasil penelitian valid, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setting Penelitian

a. Profil Habib Husein Ja'far

Habib Husein Ja'far Al-Hadar adalah seorang pendakwah, penulis, dan konten kreator yang lahir di Bondowoso, Jawa Timur, pada 21 Juni 1988. Ia menempuh pendidikan pesantren di Bangil, kemudian melanjutkan studi Sarjana di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta jurusan Akidah dan Filsafat Islam, serta program Magister bidang Tafsir Al-Qur'an di kampus yang sama. Latar belakang keilmuannya yang kuat memberikan fondasi teologis dan kontekstual dalam penyampaian dakwahnya. Sebagai keturunan Nabi Muhammad SAW, gelar "Habib" yang disandangnya memperkuat legitimasi moral dan religius di mata public (Cindy, 2025).

Dalam bidang kepenulisan, Habib Husein telah melahirkan berbagai karya seperti *Tuhan Ada di Hatimu*, *Menyegarkan Islam Kita*, dan *Anakku Dibunuh Israel*. Ia juga aktif menulis opini di media nasional seperti Kompas dan Tempo, menegaskan posisinya sebagai intelektual publik. Buku-bukunya tidak hanya menyampaikan ajaran Islam secara normatif, tetapi juga membahas persoalan sosial dan kemanusiaan. Dengan gaya bahasa yang humanis dan reflektif, karyanya menjangkau pembaca dari berbagai kalangan, terutama generasi muda (Anwar, 2023).

Dakwah digital menjadi salah satu fokus utama Habib Husein, khususnya melalui platform TikTok dengan akun @huseinjafar yang memiliki lebih dari 3,5 juta pengikut. Ia memulai aktivitas dakwah di TikTok sejak 17 Desember 2020 dan secara konsisten menyampaikan pesan keislaman dengan gaya yang santai namun berbobot. Konten dakwahnya bersifat ringan, komunikatif, dan sering melibatkan tokoh-tokoh muda lintas latar belakang, menandakan pendekatannya yang inklusif. Strategi ini efektif dalam menarik perhatian generasi milenial dan Gen-Z (Maulana, 2025).

Salah satu video dakwahnya yang paling banyak ditonton berisi kolaborasi bersama Deddy Corbuzier dan Coki, dengan jumlah views mencapai 3,6 juta. Hingga tahun 2025, ia telah mengunggah 137 video dakwah di TikTok dengan total 94,9 juta suka. Konten-konten tersebut tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga merespons isu-isu aktual seperti intoleransi dan perbedaan pandangan keagamaan (Wardah, 2021). Selain melalui media sosial, Habib Husein aktif berdakwah di berbagai program televisi seperti *Perdamaian dalam Perbedaan* (SCTV) dan *Hikmah Podcast* (RTV), serta pernah menggelar dakwah kolaboratif bersama komika di Jember. Seluruh

hasil dari kegiatan tersebut didonasikan untuk sekolah berkebutuhan khusus, menunjukkan sisi praksis dan kemanusiaan dalam dakwahnya.

Analisis isi pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al-Hadar Di TikTok @huseinjafar

Dalam proses pelaksanaan dakwah, media khususnya media sosial memegang peranan penting sebagai sarana penyampaian pesan kepada khalayak. Salah satu aspek terpenting dalam dakwah adalah isi pesan dakwah (madduh) yang disampaikan oleh dai (pendakwah) kepada maddu (sasaran dakwah). Akun TikTok @huseinjafar merupakan salah satu media dakwah yang memuat berbagai macam topik pembahasan keislaman. Dari sekian banyak video yang diunggah, terdapat 11 video yang dianalisis dengan inti pembahasan yang berbeda-beda dalam penelitian ini.

Tabel 1. Konten Tiktok Habib Husrein Jaf'ar Al-hadar

NO	Judul Video	Lingk video
1	Cantik itu luka bukan?	https://vt.tiktok.com/ZShrJXo9Y/
2	Halal bihalal boleh, Haram Bihalal Nggak Boleh?	https://vt.tiktok.com/ZShrJsgJF/
3	Sucikan Lisanmu, Terkabulah Doa mu”	https://vt.tiktok.com/ZShMM2Pua/
4.	Tuhan yang mengabulkan doa mu”	https://vt.tiktok.com/ZShrJXo9Y/
5.	“Tuhan ada, ko Ngk Kelihatan”	https://vt.tiktok.com/ZShhMxE4S/
6	Cinta terpaksa	https://vt.tiktok.com/ZShrek6fD/
7	Tercholongia	https://vt.tiktok.com/ZShre6mdy/
8	Clon saya baik	https://vt.tiktok.com/ZShreT2tc/
9	Hukum orang yang tidak mencintai balik	https://vt.tiktok.com/ZShrecWeN/
10	Kerjah boleh, tapi jangan sampai skip sahur	http://vt.TikTok.com/ZShhMDKBA/
11	Tuhan ada dihatimu	https://vt.tiktok.com/ZShhMmfuc/
12	Jodoh di tangan bukan	https://vt.tiktok.com/ZShqExhEx/

Penulis Mengambil beberapa konten dari 2024 sampai 2025 yang berada dalam akun tiktok @huseinjafar dengan judul:

- Cantik itu luka bukan “Cantik saat Lebaran” (akun Tiktok @husein jafar) di uplot pada 2025.



Gambar 1. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 2. Narasi

Narasi
Luna Maya: perempuan yang cantik itu memiliki rasa kepekaan dan memiliki toleransi yang tinggi, tidak hanya melihat satu sisi saja tapi bisa melihat menjadi dua sisi yang berbeda, karna kadang-kadang kita ngah pernah tau gitu cerita orang kan beda-beda apa yang terjadi pada mereka tuh beda-beda, tapi kalua kita bisa menjadi permpuan yang wise yang tidak apa ya, tidak berburuk sangka, aku rasa itu adalah permpuan-perempuan yang cantik sih. Habib ja'far: Salah satu membangun hubungan baik kan sebenarnya kita berpenampilan yang baik. Luna maya: benar Habib ja'far: Karena penampilan itu kan akhlak pertama kita kepada orang lain. Luna Maya: Betul Habib ja'far: kalua penampilan kita nggak dijaga, ya berarti kita nggak mengharagai orang lain yang kita temui, makanya saya tuh suka bilang jangan sampai kalua akhlak kita ke orang baguske tuhan nggak, pas mau ketemu orang penampilan dijaga, tapi pas mau ketemu tuhan dalam sholat penampilannya di berantakin aja. Luna Maya : Atau ada juga yang fokusnya ke Tuhan aja, tapike tetangga nga baik,ke teman juga nga baik. Habib ja'far: Betul Luna Maya: Terus ke orang-orang yang berbeda nggak mau gitu, jadi menganggap hanya dai, oh ngerasa kitanya udah ke Tuhannya udah uhh dekat banget tapi kita nggak pikirin yang samping-samping juga jangan ya bib ya. Habib ja'far: Semua perempuan kan cantik ya, nah cantik itu luka atau suka? Luna Maya: Kalau ke saya ekspektasinya adalah, seorang luna maya harus selamanya cantik dan immortal gitu loh, jadi ngaboleh tua,nggak boleh ada kerutan, nggak boleh berubah mukanya, jadi kalua misalkan udah mulai agak tua “ ih dia udah tua ya...” ya masa nggak sih.

Habib Ja'far : Dan bagian juga soal nafkah adalah menjamin perawatan kecantikan bagi istri pada batas yang wajar.

Luna Maya: Wajar ya

Habib Ja'far: Dan ketika suami mampu kalua suami nggak mampu gimana Bin? Ia minimal jangan men ganggu mental istri agar istri tidak berkurang kecantikannya, betul.

Konten ini memiliki viewers lebih dari 13,2 sejak di unggah pada 29 Mret 2025. Di dalam konten ini terdapat 2 orang yang memiliki keyakina yang sama Luna Maya Islam, Habib Ja'far juga beragama Islam. Kedua orang dalam konten tersebut melakukan obrolan-onrolan riagan yang berbobot.

b. Tuhan ada di hatimu? (akun TikTok @huseinjafar) 2024

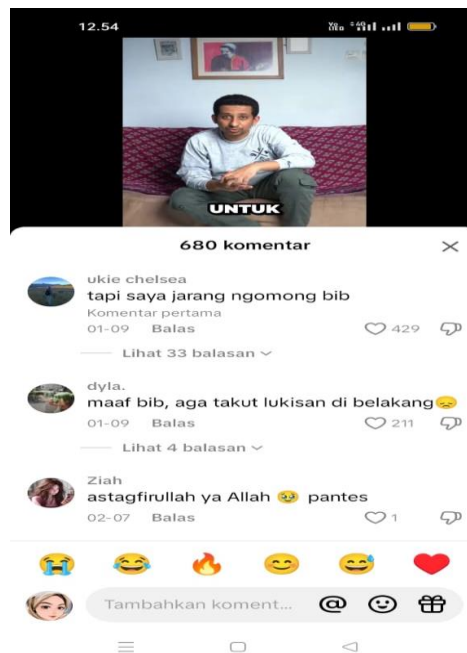


Gambar 2. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 3. Narasi

Habib Jafar : Itu misalnya dijelaskan oleh Jalaludin Rumi, soal sufi Nabi Muhammaketika di-mi'raj-kan itu naik ke langit k eke tuju, tapi ketika mau ketemu tuhan di sidratuk muntaha jibril itu tidak mengantar, karena kata jibril saya tidak bisa mengantar kamu kepada tuhan, kata Jalaludin Rumi. Jibril itu syimbol akal kita, akal bisa mendeteksi gejala-gejala tentang keberadaan tuhan tapi tidak bisa bertemu dengan tuhan yang bertemu dengan tuhan adalah Nabi Muhammad symbol hati kita, maka sampai kapan pun kalua kamu mau merasionalisasikan tuhan itu tidak akan bisa pernah seutuhnya bisa, bahwa kamu bisa mendekati Tuhan dengan rasiomu, tapi tuhan diperlukan dengan hatimu pada ujungnya karena itu aka nada halnya mengantaarkan.

- c. “Sucikan Lisanmu, Terkabulah Doa mu” (akun TikTok @huseinjafar) pada 2025.



Gambar 3. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 4. Narasi

Narasi

Huseinjafar: Kadang ada yang nanya bib

Netizen: Kenapa doa saya sulit terkabul

Huseinjafar: bisa jadi karna mulut kamu yang di gunakan untuk berdoa juga kamu gunakan untuk mencaci orang lain.

- d. “Tuhan yang mengabulkan doa mu” (akun TikTok @husein jafar) di uplot pada 2025



Gambar 4. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 5. Narasi

Narasi
Habib jaf'ar : Tuhan yang menunda mengabulkan doamu adalah tuhan yang sama. e. “Tuhan ada, ko Ngk Kelihatan” (akun TikTok @huseinjafar) pada 2025



Gambar 5. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 6. Narasi

Narasi
K : Kalau emang gak ekxjik kenapa tuhan gak pernah menunjukan dirinya Habib jaf'ar : Apakah engkau melihat tuhanmu, Kemudian kata sayyidina Ali “ bagaiman mungkin ku menyembah Tuhan yang tidak aku lihat Nasrudin Khoja (Spiritual Muslim) pernah bawa perapihan gitu siang hari keliling pasar kemudian orang menegur dia “ngapain lu “ kata dia “ y ague lagi peraktekin orang yang bertanya tuhan di mana ia sepewrti orang yang bawa senter di siang hari tuhan begitu nyata tapi dia masih pakai senter sehingga gue katakana susahny menjelaskan tuhan kepada seseorang yang tidak bertuhanadalah seperti sesahnyamenjelaskan warnah hitam kepada orang buta dan “ tidak ada sesuatu yang serupa dengan dia” Qs. Asy-Syura 11” apakah dia tau warnah hitam jika dia dari kecil seorang yang buta K: ngak Habib ja'far : ngak, karena dia gak perna melihat warna putih.

f. “Cinta terpaksa” (Akun TikTok @huseinjafar) di uplod pada 2025



Gambar 6. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 7. Narasi

Segala sesuatu yang di paksakan itu tidak baik, dalam beragama aja nga boleh dipaksakan apa lagi dalam mencintai kamu
--

g. “menurut kalian gue kenapa ia” (Akun TikTok @huseinjafar) di uplad 2025



Gambar 7. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 8. Narasi

Narasi
Habib Ja'far : Gue kenapa ia, sedekah 20000 merasa besar, kalua foya-foya 1000 merasa kecil

h. "Techolongi" (akun TikTok @huseinjafar) di upload pada 2025



Gambar 8. Screenshot TikTok @huseinjafar

Tabel 9. Narasi

Narasi
Habib ja'far: Kalau hp yang ada Al-qur'an-nya boleh, yang gak boleh itu musafnya. Dedyy" apa itu
Habib ja'far : Mushafnya itu ada kitabnya, bawa ke kamar mandi juga nga bole
Dedyy : kan kitabnya ada di hp
Habib ja'far : ia, ada di hp sama kaya apa yang ada di kepala.
Dedyy: Emang kenapa
Habib ja;far : Emang kalua ada di kepala, kepalanya nga boleh masuk kamar mandi.
Dedyy : Pintar sekali jawabannya.

Efek Pesan Dakwah Dalam video Habib Husein Ja'far Al-H adar di tiktok

Keberadaan akun Habib Ja'far memang memberikan warna baru terhadap konten-konten yang terjadi di aplikasi TikTok pada saa tini. Dengan videonya yang mendapatkan ratusan juta like dan jutaan pengikut sheingga pengguna tiktok lainnya cukup sering mendapatkan FYP Dakwah dari habib jafar, Hal ini menunjukkan bahwa konten dari akun @huseinjafar semakin mendapatkan perhatian di platform tersebut. Pengikut Habib Jafar berasal dari berbagai latar belakang dan rata-rata berusia 17 hingga 35 tahun.

Pembahasan

a. Tahapan Analisis Isi Berdasarkan Model Philipp Mayring

Analisis isi pesan dakwah menggunakan pendekatan kualitatif model Philipp Mayring yang terdiri dari tiga tahap utama: perumusan masalah, kategorisasi isi pesan, dan pengelompokan data ke dalam kategori tematik. Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah identifikasi dan klasifikasi isi pesan dakwah Habib Husein Ja'far di TikTok. Pesan dakwah kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu pesan akidah, syariah, dan akhlak, yang selanjutnya dianalisis untuk mengetahui makna dan relevansi dakwah yang disampaikan. Tahapan ini memungkinkan peneliti menafsirkan makna pesan secara kontekstual dan mendalam, terutama dalam konteks dakwah digital.

b. Pesan Akidah: Toleransi dan Kebebasan Beragama

Pesan akidah yang disampaikan Habib Ja'far menitikberatkan pada pentingnya kebebasan memilih agama tanpa paksaan dan penghormatan atas perbedaan keyakinan. Dalam salah satu videonya, Habib Ja'far menegaskan bahwa keyakinan adalah urusan hati dan tidak boleh dipaksakan, sejalan dengan QS. Al-Baqarah ayat 256. Ia juga menunjukkan bahwa toleransi merupakan manifestasi nyata dari akidah Islam, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Kafirun ayat 6. Nilai-nilai ini mengedepankan penghargaan terhadap pluralitas dan menjadi dasar penting dalam membangun masyarakat yang harmonis dan damai.

c. Pesan Syariah: Praktik Ibadah dan Keteguhan Iman

Konten pesan syariah Habib Ja'far menyoroti pentingnya praktik ibadah seperti puasa dan shalat sebagai bentuk ketaatan kepada Allah serta sarana penguatan iman. Dalam salah satu videonya, ia menekankan bahwa tipu daya setan dapat dilawan dengan keteguhan iman, berdasarkan QS. An-Nisa ayat 76. Ia juga menyampaikan bahwa syariat bukan sekadar aturan, melainkan jalan hidup yang mencerminkan keharmonisan dengan sesama. Dengan pendekatan ini, pesan syariah tidak hanya membahas kewajiban ritual, tetapi juga dimaknai sebagai bentuk kontribusi terhadap tatanan sosial yang adil dan inklusif.

d. Pesan Akhlak: Etika Ilahiah dan Sosial

Pesan akhlak yang disampaikan mencakup akhlak kepada Allah dan kepada sesama manusia, yang diekspresikan melalui adab, qanaah, kesantunan, dan kepedulian sosial. Dalam video berjudul *Bhante Buddha Buat Habib Resah*, Habib Ja'far

menunjukkan bentuk nyata toleransi lintas agama melalui dialog santai namun bermakna dengan tokoh dari agama lain. Pesan dominan dalam kontennya berkaitan dengan etika, toleransi, dan kemanusiaan, menjadikan dakwahnya relevan dengan kehidupan masyarakat multikultural. Dengan narasi yang inklusif, ia menyampaikan bahwa keimanan yang sejati tercermin dalam akhlak yang luhur.

e. Respons Netizen: Komunikasi Dua Arah dan Dampak Dakwah

Sahutan netizen terhadap dakwah Habib Ja'far menunjukkan tingginya efektivitas komunikasi dakwah yang bersifat afektif, kognitif, dan konatif. Komentar netizen mencerminkan pengakuan atas gaya dakwah yang santun dan edukatif, serta ketertarikan pada pendekatan dialogis yang membumi. Komunikasi dua arah melalui kolom komentar menciptakan ruang interaktif yang memperkuat jangkauan pesan dakwah. Dengan gaya komunikasi ringan namun bermakna, Habib Ja'far berhasil menghindari kesalahpahaman dan justru memperkuat kedekatan antara dai dan audiens, khususnya di kalangan generasi muda lintas agama.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui akun TikTok @huseinjafar mencakup tiga unsur utama, yaitu pesan akidah, pesan syariah, dan pesan akhlak. Pesan akidah berfokus pada aspek keimanan yang kuat dan tanpa keraguan, sebagaimana terlihat dalam konten video “Calon Saya Baik”. Sementara itu, pesan syariah berkaitan dengan aturan dan hukum Islam, yang tercermin dalam video “Agama Banyak Larangan”. Adapun pesan akhlak menekankan pentingnya perilaku moral dan etika dalam kehidupan sehari-hari, sebagaimana tergambar dalam video “Kenapa Harus Khamr”. Ketiga unsur tersebut menunjukkan bahwa dakwah Habib Ja'far tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga menyentuh aspek spiritual, sosial, dan etis secara komprehensif dalam format yang komunikatif dan kontekstual.

DAFTAR REFERENSI

- Abrahas, N. (2022). *Strategi komunikasi Wahdah Islamiyah Sinjai Utara dalam pengembangan dakwah di Sinjai* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Ahmad Dahlan).
- Amna, S. A. (2025). *Pesan moderat dakwah digital (Analisis isi Philip Mayring pada akun Instagram @mubadalah.id)*.

- Anwar, K. (2023). Pemikiran tasawuf sosial Habib Husein Ja'far Al-Hadar terhadap era globalisasi. In *Graduate Forum: International Conference Post-Graduate UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* (Vol. 1, No. 01, pp. 69–88).
- Chandra, L. N., Rahmiati, Y., Abdurrahman, F., Mutawakkil, A. H., & Al-Barqi, M. F. (2025). Analisis strategi dakwah di era digital: Studi kasus: Akun Instagram Ust. Hanan Attaki. *Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat*, 4(1), 221–232.
- Cindy, F. Y. (2025). *Analisis pesan dakwah Habib Ja'far Al-Hadar dalam podcast "Berbeda Tapi Bersama" di aplikasi Noice* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Hidayatullah, H. (2024). *Membumikan fun fatwa Habib Husein Ja'far Al-Hadar di media sosial* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Maulana, I. S. (2025). *Persepsi Gen Z terhadap penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah (Studi kasus pada akun @huseinja'far)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Ozi, M. (2023). *Analisis retorika dakwah da'i pada siaran Serambi Iman di TVRI Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). Tantangan dakwah melalui media sosial di era media baru. *Arkana: Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(01), 146–158.
- Puspianto, A. (2023). Kelebihan dan kelemahan media dakwah di era globalisasi. *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 12(1), 57–82.
- Putri, N. A. A. S. (2023). *Gaya komunikasi da'i dalam menyampaikan materi dakwah pada program acara live streaming "Mutiara Pagi" di RRI Madiun* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Radjaguguk, D. L., & Andriani, V. E. (2025). Desain grafis sebagai media komunikasi efektif pada era digital: Tantangan dan peluang dalam dinamika digitalisasi. In *Transformasi Komunikasi Digital Menuju Indonesia Berkelanjutan: Artificial Intelligence dan Komunikasi Digital Berkelanjutan* (p. 100).
- Rambe, T. A. (2024). Strategi komunikasi dakwah oleh Habib Husein Ja'far di platform YouTube Noice. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*.
- Riska, A. (2024). *Pemanfaatan akun Instagram (@rmrb.aceh) sebagai media dakwah Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh* (Doctoral dissertation, Fakultas Dakwah dan Komunikasi).
- Ritonga, N. (2024). *Persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam terhadap label halal sebagai simbol komunikasi dakwah* (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Setyawan, E. A. (2025). *Strategi komunikasi dakwah dalam membentuk karakter Qur'ani anak di Panti Asuhan Putera Muhammadiyah Pekajangan* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).

- Sirait, A. A., & Nasution, M. I. P. (2024). Efektivitas platform TikTok sebagai media pembelajaran PAI berbasis literasi digital. *Dirosat: Journal of Islamic Studies*, 9(1), 83–96.
- Suyudi, H. M., Putra, W. H., & Pd, M. (2024). *Pendidikan Islam: Potret perubahan yang berkelanjutan*. Penerbit Adab.
- Uyuni, B. (2023). *Media dakwah era digital*. Penerbit Assofa.
- Walman Sahda Harahap, W. (2024). *Strategi komunikasi dakwah da'i Himpunan Muballigh Tapanuli Riau (HIMTARI) kepada masyarakat di Kelurahan Labuh Baru Barat* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Wardah, N. (2021). *Personal branding Habib Husein Ja'far Al-Hadar melalui media sosial Instagram* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).