



Pendekatan *Muhasabah* Pada Konten Dakwah di Akun TikTok @aa_kun.asykara

Andra Maulana Arif¹, Elly Marlina², Encep Taufik Rahman¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : maulanaarif1215@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis konten dakwah muhasabah di akun TikTok @aa_kun.asykara mengidentifikasi proses produksi konten beserta strategi kreatif dan tantangannya, dan respons audiens dan dampak sosial-budaya konten muhasabah di platform TikTok. Metode penelitian kualitatif digunakan dengan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough (dimensi teks, praktik kewacanaan, dan sosio-kultural). Hasil menunjukkan pesan dikemas secara kreatif melalui dialog empatik, narasi historis, dan dalil Al-Qur'an dengan gaya santai. Proses produksi melibatkan verifikasi dalil, adaptasi tren TikTok, dan konten timbul dari respons terhadap fenomena sosial. Temuan ini menawarkan model dakwah adaptif di era media sosial.

Kata Kunci : Pendekatan Muhasabah; Konten Dakwah; TikTok

ABSTRACT

This study examines the self-reflection Islamic preaching content on the TikTok account @aa_kun.asykara, focusing on content production processes, creative strategies, challenges, and audience responses along with its socio-cultural impact. Employing qualitative research methods through Norman Fairclough's critical discourse analysis framework (textual, discourse practice, and socio-cultural dimensions), the findings reveal that messages are creatively packaged using empathetic dialogue, historical narratives, and Quranic references delivered in a casual style. The production process involves rigorous verification of religious sources, strategic adaptation to TikTok trends, and responsiveness to emerging social phenomena. The study proposes an adaptive model for contemporary Islamic preaching in the social media era, effectively bridging religious authenticity with digital creativity and socio-cultural relevance.

Keywords : Muhasabah; Islamic preaching content; TikTok

PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya minat generasi muda terhadap konten dakwah di platform TikTok mencerminkan pergeseran media dakwah dari ruang fisik ke ruang digital yang lebih fleksibel dan populer di kalangan audiens muda. TikTok, sebagai media sosial berbasis video pendek dengan algoritma *For Your Page* (FYP), memungkinkan konten menyebar luas dalam waktu singkat. Berdasarkan data We Are Social dan Meltwater (Riyant, 2024), pengguna TikTok di Indonesia mencapai 127,5 juta orang, terbesar di dunia yang mayoritas merupakan generasi Z dan milenial. Hal ini menunjukkan adanya peluang besar dalam penyampaian dakwah yang menyentuh secara spiritual, emosional, dan kontekstual melalui pendekatan yang kreatif dan relevan.

Salah satu pendekatan yang dianggap relevan adalah *muhasabah*, yaitu ajakan untuk melakukan refleksi diri terhadap kondisi batin dan amal perbuatan. Dalam konteks dakwah digital, pendekatan *muhasabah* mampu menjembatani kebutuhan spiritual anak muda modern yang hidup di tengah budaya instan dan informasi cepat. Konten dakwah *muhasabah* tidak hanya memberikan pengetahuan keislaman tetapi juga menghadirkan pengalaman personal dan emosional yang dapat memperdalam kesadaran spiritual. Namun, tidak semua konten dakwah dengan pendekatan *muhasabah* di TikTok memiliki kualitas yang memadai. Beberapa kreator menyampaikan pesan dakwah dengan teknik penyampaian monoton, minim ilustrasi visual, dan tanpa menyertakan rujukan Al-Qur'an atau hadis secara eksplisit.

Salah satu akun yang konsisten menghadirkan konten dakwah *muhasabah* adalah @aa_kun.asykara, milik Alkhan Sya'ban Asykara. Konten-kontennya berusaha menyampaikan pesan reflektif melalui narasi spiritual. Akan tetapi, berdasarkan observasi awal, terdapat kelemahan dalam aspek produksi dan pengemasan materi, seperti penggunaan latar polos, penyampaian yang seragam, dan kurangnya kekuatan visual dan naratif dibandingkan kreator lain seperti @fawwazkabban dan @ajirubaiddillah. Tantangan ini semakin kompleks ketika dikaitkan dengan algoritma TikTok yang lebih mendorong konten viral dibanding konten edukatif atau spiritual yang mendalam.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sholikhati, 2021) berjudul "Pesan Dakwah dalam Jurnal Cak Nun yang Berjudul 'Belajar dan Diajari': Kajian Analisis Wacana Kritis Perspektif Norman Fairclough" bertujuan untuk menganalisis konstruksi wacana dakwah kultural yang disampaikan oleh Emha Ainun Nadjib melalui kanal YouTube CakNun.com. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough dengan menitikberatkan pada tiga dimensi analisis, yaitu dimensi textual, praktik kewacanaan, dan praktik sosiokultural.

Hasil analisis menunjukkan bahwa wacana dakwah Cak Nun dikonstruksi dengan gaya bahasa repetitif, metaforis, dan ironi sebagai sarana kritik terhadap kondisi pendidikan dan peran guru dalam masyarakat modern. Pada dimensi praktik kewacanaan, produksi dan distribusi wacana dilakukan secara responsif terhadap isu sosial pendidikan dan dikemas dalam format yang mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Adapun pada dimensi sosiokultural, wacana dakwah tersebut lahir sebagai bentuk refleksi atas realitas sosial yang dihadapi masyarakat, terutama dalam bidang pendidikan dan kebudayaan, serta bertujuan menanamkan nilai-nilai keadilan dan spiritualitas.

Hasil penelitian (Ritonga, 2023), berjudul “Representasi Pesan Dakwah Dalam Novel Banat Al-Riyadh Karya Raja Abdul Al-Sanea : Studi Analisis Norman Fairclough menunjukkan bahwa novel Banat Al-Riyadh karya Raja Al-Sanea mengandung representasi pesan dakwah yang kuat dalam memperjuangkan hak-hak perempuan di tengah dominasi budaya patriarki Arab Saudi. Melalui pendekatan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough, penulis mengkaji novel tersebut dengan tiga dimensi: analisis teks, praktik kewacanaan, dan praktik sosiokultural. Pada dimensi teks, ditemukan bahwa karakter Michelle menolak praktik poligami sebagai bentuk ketidakadilan gender yang membenggu perempuan, dan tokoh-tokoh lain juga memperlihatkan penolakan terhadap pembatasan sosial berbasis gender.

Dimensi praktik kewacanaan dalam penelitian ini, penulis menyoroti penggunaan kutipan puisi Nizar Qabbani dan ayat Al-Qur'an Surah Ar-Ra'd ayat 11 sebagai bagian dari narasi dakwah, yang menekankan pentingnya kesadaran dan perubahan internal untuk membebaskan diri dari ketertindasan struktural. Sementara itu, pada dimensi praktik sosiokultural, novel ini dipahami sebagai refleksi atas realitas sosial masyarakat Arab Saudi, di mana sistem patriarki masih mendominasi dan perempuan diposisikan secara subordinatif. Penulis menyimpulkan bahwa pesan dakwah dalam novel ini hadir dalam bentuk kritik sosial, pembelaan terhadap hak-hak perempuan, serta dorongan spiritual dan kultural untuk melakukan perubahan sosial secara progresif melalui representasi sastra.

Penelitian ini berbeda dengan dua penelitian sebelumnya baik dari segi media, objek, maupun pendekatan dakwah yang dikaji. Penelitian Nur Indah Sholikhati menelaah dakwah kultural Emha Ainun Nadjib dalam video YouTube Jurnal Cak Nun, dengan fokus pada pesan moral dan kritik pendidikan melalui gaya bahasa metaforis dan reflektif. Sementara itu, penelitian Ridwan Ritonga mengkaji pesan dakwah dalam novel Banat Al-Riyadh melalui narasi perjuangan perempuan melawan budaya patriarki, dengan pendekatan sastra dan literatur.

Berbeda dari keduanya, penelitian ini menyoroti pendekatan *muhasabah* dalam konten TikTok sebagai bentuk dakwah digital yang menyasar generasi Z.

Fokus utamanya terletak pada strategi penyampaian pesan spiritual melalui video pendek, dinamika produksi konten, serta respon audiens dalam ekosistem algoritma media sosial. Dengan demikian, penelitian ini lebih kontekstual terhadap perkembangan dakwah di era digital dan budaya instan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap bagaimana pesan dakwah dengan pendekatan *muhasabah* dikonstruksikan dalam konten TikTok @aa_kun.asykara menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Penelitian ini bertujuan menganalisis struktur teks, proses produksi dan konsumsi konten, serta konteks sosial-budaya yang melatarbelakangi penyampaian dakwah reflektif di media digital. Pendekatan ini digunakan untuk memahami kedalaman makna pesan, strategi komunikasi, serta relevansinya terhadap karakteristik dan kebutuhan spiritual generasi muda di era media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana kritis model Norman Fairclough dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Paradigma konstruktivisme diterapkan untuk memahami bagaimana konten dakwah bertema muhasabah dikonstruksi oleh kreator dan diterima oleh audiens. Langkah-langkah penelitian meliputi: (1) analisis teks untuk mengkaji pesan muhasabah dalam konten dakwah; (2) analisis produksi untuk mengeksplorasi proses kreatif dan tantangan teknis; serta (3) analisis sosio-kultural untuk menilai dampak konten terhadap audiens. Ketiga dimensi ini dianalisis secara holistik untuk mengungkap hubungan antara wacana dakwah dengan konteks sosial-budaya yang melingkupinya.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: (1) observasi non-partisipan terhadap konten muhasabah di akun TikTok @aa_kun.asykara; (2) wawancara mendalam dengan kreator konten, Alkhan Sya'ban Asykara, untuk memahami proses produksi dan tujuan dakwah; serta (3) dokumentasi berupa screenshot profil, video, dan komentar audiens sebagai data pendukung. Data primer berasal dari konten terpilih (20 September 2022, 3 Mei 2023, dan 14 Mei 2023) dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur terkait. Teknik triangulasi digunakan untuk memvalidasi data dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data dilakukan secara siklus melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan latar belakang diatas, pertanyaan penelitian yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini disesuaikan berdasarkan tiga dimensi utama Analisis Norman Fairclough, sebagai berikut : (1) Bagaimana pendekatan *muhasabah* dalam aspek teks pada konten dakwah di akun TikTok @aa_kun.asykara?, (2) Bagaimana pendekatan *muhasabah* dalam aspek proses produksi pada konten dakwah di akun TikTok @aa_kun.asykara?, (3) Bagaimana pendekatan *muhasabah* dalam aspek sosio-kultural pada konten dakwah di akun

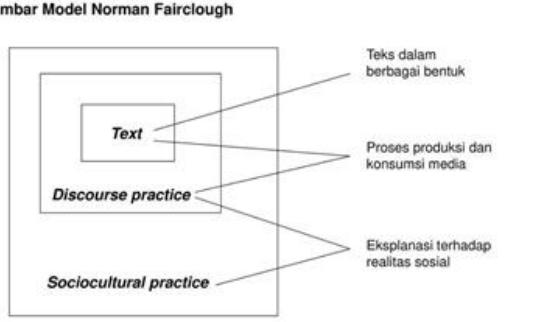
LANDASAN TEORITIS

Analisis Wacana Kritis (AWK) merupakan pendekatan yang mengkaji bagaimana bahasa digunakan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen kekuasaan, ideologi, dan pembentukan struktur sosial. Dalam konteks ini, pendekatan Norman Fairclough dipilih karena menawarkan kerangka kerja komprehensif untuk memahami keterkaitan antara teks, produksi wacana, dan struktur sosial budaya yang melatarbelakanginya. Fairclough bersama Wodak menegaskan bahwa bahasa adalah bentuk praktik sosial yang sarat akan muatan ideologis, yang dapat mereproduksi atau menantang relasi kuasa dalam masyarakat, termasuk dalam hal kelas, gender, atau relasi kelompok dominan dan marginal (Badara, 2012).

Fairclough (Badara, 2012) mengembangkan model analisis wacana dengan tiga dimensi utama, yaitu: analisis teks (*text analysis*), praktik wacana (*discourse practice*), dan praktik sosiokultural (*sociocultural practice*). Dimensi teks menyoroti aspek linguistik dalam teks, seperti pemilihan kosakata, struktur kalimat, koherensi, dan kohesi. Dimensi praktik wacana menekankan proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks, termasuk peran institusi, pembuat konten, dan audiens dalam membentuk serta menginterpretasikan pesan. Sementara dimensi sosiokultural mengkaji konteks sosial yang lebih luas, mencakup faktor situasional, institusional, dan struktur sosial yang memengaruhi dan dipengaruhi oleh wacana (Munfarida, 2014).

Analisis Wacana Kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough memandang wacana sebagai tindakan sosial yang tidak sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk relasi, memengaruhi sikap, dan menciptakan dampak sosial. Bahasa dalam konteks ini berfungsi sebagai alat interaksi yang digunakan untuk membujuk, menolak, merespons, atau menegosiasikan makna. Oleh karena itu, konteks komunikasi menjadi unsur penting dalam analisis, mencakup siapa yang berbicara, kepada siapa, dalam situasi apa, dan melalui media apa pesan disampaikan.

Gambar Model Norman Fairclough



Gambar 1.1 AWK Model Norman Fairclough

Selain itu, AWK menekankan pentingnya dimensi historis dan relasi kekuasaan dalam teks. Wacana tidak dapat dipisahkan dari latar sosial dan sejarah yang membentuknya. Bahasa dilihat sebagai arena pertarungan ideologi, di mana kelompok dominan menggunakan wacana untuk mempertahankan kekuasaan dan memengaruhi pola pikir masyarakat. Dalam hal ini, ideologi menjadi inti dari analisis, baik sebagai sistem nilai kolektif maupun sebagai bentuk kesadaran semu yang bisa menyamarkan realitas (Badara, 2012).

Kerangka analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough, terdapat tiga dimensi utama yang saling berkaitan, yakni dimensi teks, praktik wacana, dan praktik sosiokultural. Ketiganya digunakan secara terpadu untuk mengkaji bagaimana wacana dibentuk, disebarluaskan, dan dimaknai dalam konteks sosial yang lebih luas (Badara, 2012).

Dimensi pertama adalah analisis teks (*text analysis*), yang mencakup kajian terhadap aspek linguistik dari suatu teks, baik tertulis, lisan, maupun visual. Pada dimensi ini, Fairclough mengelompokkan tiga komponen penting: representasi, relasi, dan identitas. Representasi mengacu pada bagaimana dunia sosial, peristiwa, dan tokoh ditampilkan dalam teks melalui pemilihan kata, struktur kalimat, dan gaya bahasa. Relasi berfokus pada hubungan sosial antara pembuat teks dan audiens yang dibangun melalui struktur bahasa, seperti penggunaan kata ganti, modalitas, dan nada tutur. Sedangkan identitas mengacu pada cara teks membentuk atau mencerminkan identitas sosial pembicara atau partisipan lainnya, misalnya melalui ekspresi sikap, nilai, atau posisi ideologis (Munfarida, 2014).

Dimensi kedua adalah praktik wacana (*discourse practice*), yang mengkaji proses produksi, distribusi, dan konsumsi teks. Dimensi ini mencerminkan bagaimana teks tidak muncul secara mandiri, melainkan melalui proses sosial tertentu yang melibatkan institusi, kebijakan, serta strategi komunikasi. Aspek produksi mencakup siapa yang membuat teks, dalam konteks dan kepentingan

apa, serta bagaimana struktur organisasi atau media memengaruhinya. Distribusi berkaitan dengan jalur penyebaran teks, seperti melalui media sosial atau kanal digital. Sementara konsumsi menyoroti bagaimana audiens menafsirkan dan merespons teks berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengetahuan mereka.

Dimensi ketiga adalah praktik sosiokultural (*sociocultural practice*), yang menempatkan teks dan praktik wacana dalam kerangka struktur sosial yang lebih luas. Dimensi ini terbagi ke dalam tiga level: situasional, institusional, dan sosial. Situasional merujuk pada konteks langsung ketika teks diproduksi atau diterima, seperti waktu, tempat, dan peristiwa tertentu. Institusional menyoroti peran lembaga atau struktur formal seperti media, pendidikan, atau agama dalam membentuk dan mengatur produksi wacana. Sedangkan level sosial mencakup faktor-faktor makro seperti ideologi, hegemoni, serta dinamika kekuasaan yang memengaruhi produksi dan interpretasi wacana secara lebih mendalam (Munfarida, 2014).

Melalui ketiga dimensi tersebut, analisis wacana kritis memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam makna di balik teks, menelaah relasi sosial yang dikandungnya, serta memahami posisi teks dalam struktur sosial yang lebih besar, termasuk dalam konteks dakwah digital.

Pendekatan ini memungkinkan analisis terhadap teks dakwah untuk tidak hanya memahami isi pesan secara semantik, tetapi juga menyingkap relasi kekuasaan, ideologi, dan kepentingan sosial-budaya yang tersembunyi di baliknya. Fairclough memandang wacana sebagai tindakan sosial yang memiliki dimensi historis dan ideologis. Oleh sebab itu, analisis wacana tidak cukup hanya pada permukaan bahasa, tetapi perlu mempertimbangkan konteks sosial, siapa yang berbicara, kepada siapa, dalam situasi apa, dan dengan tujuan apa (Badara, 2012).

Pendekatan ini dalam konteks dakwah digital menjadi relevan untuk mengkaji bagaimana pesan-pesan spiritual dan reflektif dikonstruksikan dalam media sosial, seperti TikTok. Dimensi representasi teks mencerminkan bagaimana dunia sosial digambarkan melalui pilihan kata dan struktur bahasa, relasi sosial tampak melalui penggunaan modalitas dan struktur interaksi, sedangkan identitas tergambar dari sikap penulis terhadap audiens atau isu tertentu (Munfarida, 2014). Dengan menggunakan kerangka ini, penelitian dapat menelusuri bagaimana konten dakwah tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi, nilai, dan respon audiens terhadap isu sosial dan spiritual yang diangkat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Objek dalam penelitian ini adalah akun TikTok @aa_kun.asykara yang dikelola oleh Alkhan Sya'ban Asykara, seorang mahasiswa Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir di Universitas Ibnu Khaldun Bogor sekaligus pengajar aktif di Pondok Pesantren Daarul Uluum Lido. Berbekal latar belakang kepesantrenan, kemampuan berbahasa, serta pengalaman organisasi dan akademik yang mumpuni, Alkhan mulai aktif membuat konten di TikTok sejak tahun 2021. Awalnya, akun tersebut fokus pada konten kesantrian yang menggambarkan kehidupan santri secara ringan dan menghibur, hingga kemudian berkembang secara signifikan dan memiliki lebih dari 340 ribu pengikut.

Sejak tahun 2024, Alkhan melakukan rebranding terhadap akun TikTok-nya dengan mengubah fokus dari konten hiburan bertema santri menjadi konten dakwah reflektif. Perubahan ini dilatarbelakangi oleh proses *muhasabah* pribadi, di mana ia menyadari bahwa keberadaan followers merupakan titipan amanah dari Allah SWT yang harus dimanfaatkan untuk menyebarkan kebaikan. Ia pun mulai menyisipkan pesan-pesan dakwah dalam setiap konten yang ia buat, dengan tetap mempertahankan gaya khas dan identitas kesantriannya sebagai daya tarik utama.

Filosofi utama akun ini tergambar melalui bio “Mari Bermanfaat di Bumi Allah,” yang mencerminkan prinsip hidup Alkhan untuk tidak sekadar hadir di dunia, tetapi menjadi manusia yang membawa manfaat melalui ilmu, skill, dan dakwah. Pesan ini ia realisasikan dalam konten dakwah yang menggabungkan nilai spiritual, motivasi, dan edukasi agama. Dengan pendekatan yang personal dan komunikatif, akun ini menjadi contoh nyata praktik dakwah digital yang merespons kebutuhan spiritual generasi muda di platform media sosial.

Dimensi Teks

Konten muhasabah yang diteliti penulis berjumlah tiga konten, konten pertama berjudul “Ehh kok ngeluh..” yang diunggah pada 5 Mei 2023, konten kedua berjudul “Penuhi Keinginan Sederhana Ibu Kita” yang diunggah pada 14 Juni 2023 dan konten ketiga berjudul “Refleksi Pagi” yang diunggah pada 20 September 2022.

Dialog konten *muhasabah* pertama berjudul “Ehh kok ada yang lagi ngeluh..” sebagai berikut : “Ana tau apa yang kalian rasakan, apa yang kalian alami mungkin sulit dan berat. Tapi, ana juga yakin Allah memilih kalian karena Allah tau kalian adalah orang-orang hebat. Ingat, Allah sendiri yang berfirman : ﴿يَكْفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾, ‘Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.. Jadi.. semangat yah.. semangaatt.. Jangan ngeluh..”.

Dialog konten *muhasabah* kedua berjudul “Penuhi Keinginan Sederhana

Ibu Kita” sebagai berikut : “Hahah..Jika Uwais Al-Qarni bisa menempuh perjalanan 300km dari kota yaman ke kota Madinah sambil menggendong ibunya, untuk memenuhi keinginan ibunya berhaji, Maka kenapa kalian tidak bisa memenuhi keinginan sederhana ibu kalian, untuk tidak menyentuh kulit Wanita atau laki-laki yang tidak halal bagi kalian.. Naudzubillah tsumma naudzubillah”.

Dialog konten *muhasabah* ketiga berjudul “Refleksi Pagi” sebagai berikut : “Shobahul khair, selamat pagi semuanya, Assalamualaikum juga semuanya.. hemm.. ini hari selasa dan kemarin hari senin, ana cuma ngajak kita semua buat bersyukur ya, karena banyak dari kita menganggap hari senin itu sebuah bencana.. Yaa.. aduh besok hari senin, semoga harimu hari senin semua. Ya memang, hari senin itu itu agak menyebalkan karena sebelum-sebelumnya kita weekend, liburan, healing. Tapi, besoknya hari senin dan kita beraktifitas kembali. Cuma seharusnya kita bersyukur loh, kita bertemu senin lagi, karena banyak dari kawan kita, saudara-saudara kita udh meninggalkan dunia ini dan tidak bertemu dengan hari senin lagi. Makanya kita sebagai orang muslim yang bertemu lagi dengan hari senin harus bersyukur artinya, Allah masih diberikan kesempatan untuk bertaubat, masih diberikan kesempatan ibadah, masih diberikan kesempatan untuk hidup. Jadi Ketika kita bertemu dengan hari senin itu bukan bencana tapi itu sebuah anugrah dari Allah bahwa Allah memberikan kesempatan untuk hidup ya.. jadi jangan lupa bersyukur dan banyak membaca shalawat, *brother and sister fillah*.”

Analisis representasi dalam dimensi teks mengungkap bahwa Alkhan membangun pesan *muhasabah* melalui tiga strategi utama: dialog langsung, narasi historis, dan penggunaan simbol-simbol keagamaan. Dalam konten “Ehh kok ngeluh..”, Alkhan membuka dengan dialog empatik: “Ana tau apa yang kalian rasakan...”, kemudian memperkuatnya dengan dalil Q.S. Al-Baqarah: 286 tentang kemampuan manusia menghadapi ujian. Pendekatan ini tidak hanya menunjukkan pemahaman terhadap kondisi audiens, tetapi juga mengaitkan masalah personal dengan kerangka religius. Representasi serupa terlihat dalam konten tentang Uwais Al-Qarni, di mana Alkhan menggunakan kontras historis antara kesalahan masa lalu dengan realitas kekinian untuk menyoroti kesenjangan moral. Gaya bahasa yang digunakan bervariasi, mulai dari hiperbola (menyebut hari Senin sebagai “bencana”), metafora (“masalah yang pahit ada solusinya”), hingga bahasa santri yang ringan seperti “semangat yah, jangan ngeluh”.

Pesan yang disampaikan Alkhan bersifat preventif dan persuasif, bertujuan mencegah audiens dari perilaku negatif sekaligus mengajak mereka untuk introspeksi diri. Contohnya, kalimat “Allah memilih kalian karena kalian orang-orang hebat” dirancang untuk membangun kepercayaan diri dan keteguhan hati. Representasi ini selaras dengan konsep *muhasabah* dalam Islam, yang menurut Imam Ghazali dan Abu Bakar Jabir Al-Jazair, merupakan proses evaluasi diri

untuk memperbaiki amal perbuatan. Alkhan berhasil menerjemahkan konsep ini ke dalam bahasa yang sederhana dan aplikatif.

Representasi pesan Alkhan juga membentuk perspektif audiens terhadap realitas hidup. Misalnya, hari Senin yang sering dianggap sebagai “bencana” direpresentasikan sebagai anugerah Allah yang patut disyukuri. Melalui pendekatan ini, Alkhan tidak hanya mencerminkan realitas sosial, tetapi juga memengaruhi cara audiens memandang kehidupan, sesuai dengan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dengan demikian, representasi dalam konten dakwah Alkhan berhasil menyampaikan pesan *muhasabah* secara efektif, menggabungkan elemen keagamaan, konteks sosial, dan bahasa yang mudah dipahami untuk membangun kesadaran diri audiens.

Berdasarkan perspektif Fairclough, representasi ini berfungsi ganda: sebagai deskripsi realitas sekaligus alat konstruksi pandangan dunia. Alkhan berhasil mentransformasi narasi keluhan menjadi refleksi spiritual melalui beberapa mekanisme. Pertama, dengan mengaitkan masalah sehari-hari dengan nilai-nilai Islam, ia membingkai ulang persepsi audiens tentang kesulitan hidup. Kedua, penggunaan kisah teladan dan sindiran halus memungkinkan pesan moral disampaikan tanpa kesan menggurui. Ketiga, kombinasi humor dan otoritas keagamaan menciptakan keseimbangan antara keseriusan materi dakwah dan daya tarik konten. Efektivitas pendekatan ini tercermin dalam respons audiens yang menunjukkan perubahan sikap, seperti komentar “Alhamdulillah sekarang merasa baikan”. Dengan demikian, representasi pesan dalam konten Alkhan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga performatif mampu membentuk ulang cara audiens memaknai realitas kehidupan mereka melalui lensa keislaman.

Analisis representasi dalam konten Alkhan sesuai dengan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough, yang menekankan bahwa teks tidak hanya merefleksikan realitas tetapi juga membentuk persepsi audiens. Hal ini terlihat dari tiga strategi representasi Alkhan: (1) penggunaan bahasa sehari-hari yang relevan dengan audiens muda (Ali, 2007), (2) penyertaan dalil Al-Qur'an yang diverifikasi sebagai landasan otentik (Aziz, 2017), dan (3) penghubungan pesan dengan konteks sosial kontemporer.

Representasi ini juga selaras dengan konsep *muhasabah* Imam Ghazali dan Al-Jazair (Hasanah, 2018), yang mencakup introspeksi diri, evaluasi amal, dan perbaikan berbasis nilai Islam. Alkhan menerapkannya melalui narasi evaluatif, ajakan korektif, dan solusi keimanan, sekaligus menunjukkan kompetensi substantif da'i (Abdullah, 2015). Transformasi makna hari Senin dari “bencana” menjadi “anugerah” membuktikan kekuatan wacana dalam membentuk persepsi, sesuai teori Fairclough dan efektivitas bahasa simbolik dalam dakwah

Pendekatan *Muhasabah* Pada Konten Dakwah di Akun TikTok @aa_kun.asykara (Fahrurrozi, Faizah, & Kadri, 2019). Dengan demikian, representasi Alkhan tidak hanya mengonfirmasi teori-teori yang ada tetapi juga menunjukkan inovasi dalam dakwah digital.

Analisis relasi dalam penelitian ini mengungkap bahwa Alkhan berhasil membangun relasi emosional yang kuat dengan audiens melalui gaya komunikasi yang santai, empatik, dan persuasif. Dalam konten dakwahnya, Alkhan menggunakan kalimat seperti “Ana tau apa yang kalian rasakan” dan “Allah memilih kalian karena kalian orang-orang hebat” untuk menciptakan kedekatan dengan audiens. Pendekatan ini menunjukkan empati dan pemahaman mendalam terhadap perasaan audiens, sehingga pesan dakwahnya lebih mudah diterima. Alkhan secara sengaja menempatkan dirinya sebagai “sahabat hijrah” audiens, bukan sebagai figur otoriter seperti guru atau hakim, sehingga menghilangkan jarak antara dirinya dan audiens. Hal ini membuat pesan dakwahnya terasa lebih personal dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Penggunaan bahasa yang sederhana dan diselingi humor juga menjadi faktor penting dalam membangun relasi ini. Bahasa yang digunakan Alkhan disesuaikan dengan karakteristik audiens TikTok yang cenderung mencari konten hiburan, sehingga memudahkan audiens menyerap pesan tanpa merasa terbebani oleh bahasa yang terlalu formal. Selain itu, pesan motivasi dan semangat yang disampaikan Alkhan, seperti “Semangat, jangan mengeluh”, tidak hanya mengajak audiens untuk introspeksi tetapi juga memberikan dukungan emosional, yang semakin memperkuat ikatan antara Alkhan dan audiensnya.

Teori analisis wacana kritis Norman Fairclough (Badara, 2012) menyatakan bahwa relasi sosial dalam teks memengaruhi penerimaan pesan oleh audiens. Dalam hal ini, Alkhan berhasil membangun relasi emosional yang kuat, sehingga pesannya lebih efektif. Pendekatan ini juga selaras dengan konsep dakwah (Ali, 2007), yang menekankan pentingnya mengajak dan memengaruhi audiens secara halus. Dampak dari relasi yang dibangun Alkhan terlihat jelas melalui respons positif audiens, seperti komentar “Masyaallah Tabarakallah” dan testimoni bahwa kontennya menjadi “*mood booster*” iman mereka. Dengan demikian, aspek relasi dalam dimensi teks menunjukkan bahwa keberhasilan konten dakwah Alkhan tidak hanya terletak pada isi pesannya, tetapi juga pada cara ia membangun hubungan dengan audiens, menciptakan lingkungan komunikasi yang positif dan menginspirasi perubahan perilaku.

Analisis identitas mengungkapkan bahwa Alkhan secara konsisten membangun identitasnya sebagai pendakwah muda yang memiliki basis keilmuan kuat melalui latar belakang pendidikan pesantren dan perguruan tinggi di Jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir. Identitas akademik-religius ini berfungsi sebagai modal simbolik yang memperkuat otoritas keilmuannya sekaligus meningkatkan kredibilitas pesan dakwah di mata audiens. Dalam perspektif Fairclough,

konstruksi identitas ini bersifat strategis karena secara simultan memenuhi tuntutan kompetensi keagamaan sekaligus relevansi dengan konteks media sosial modern.

Pemertahanan identitas santri meskipun telah melakukan rebranding sebagai pendakwah muda menciptakan sintesis unik dalam persona digital Alkhan. Kombinasi identitas ganda ini memungkinkannya mempertahankan otentisitas sebagai ahli agama sekaligus mengembangkan daya tarik sebagai figur yang *relatable* bagi generasi muda. Strategi identitas tersebut tercermin dalam gaya komunikasinya yang memadukan kedalaman materi keagamaan dengan penyampaian populer menggunakan bahasa sederhana dan pendekatan humoris.

Relasi identitas dengan audiens dibangun melalui *positioning* sebagai “sahabat hijrah” yang menekankan kesetaraan dan kedekatan emosional. Pendekatan ini secara efektif menurunkan barrier psikologis yang sering muncul dalam komunikasi dakwah konvensional. Analisis menunjukkan bahwa konstruksi identitas ini sesuai dengan prinsip dakwah kontemporer yang menekankan persuasi melalui kedekatan dan empati, bukan melalui otoritas vertikal.

Secara teoretis, performativitas identitas Alkhan mengkonfirmasi proposisi Fairclough tentang peran identitas dalam produksi dan konsumsi wacana. Identitas yang dibangun melalui praktik linguistik (pemilihan diksi, struktur wacana, dan gaya komunikasi) ini berhasil menciptakan resonansi yang kuat dengan karakteristik audiens digital. Temuan ini memperkuat tesis tentang pentingnya adaptasi identitas da'i dalam konteks media baru, di mana efektivitas dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan menciptakan koneksi personal melalui konstruksi identitas yang tepat.

Dimensi Praktik Kewacanaan

Berdasarkan analisis dokumen penelitian, aspek produksi pada dimensi praktik kewacanaan dalam konten dakwah *muhasabah* Alkhan di TikTok mengungkap beberapa temuan kunci. Pertama, tujuan produksi konten Alkhan tidak sekadar mengejar jumlah *followers*, melainkan sebagai bentuk tanggung jawab spiritual untuk memberikan manfaat dan solusi bagi audiens, sebagaimana tercermin dalam pernyataannya bahwa “Allah memberikan banyak *followers* tentunya menginginkan sesuatu yang lebih, bukan hanya hiburan.” Kedua, pemilihan tema konten dilakukan secara dinamis dengan merespons konteks sosial dan kebutuhan audiens, seperti konten “Ehh kok ngeluh..” yang lahir dari fenomena keluhan di media sosial atau “Penuhi Keinginan Sederhana Ibu Kita” yang mengkritik kebebasan pergaulan.

Ketiga, integritas keilmuan dijaga melalui verifikasi dalil Al-Qur'an dan

Hadits oleh guru pesantren dan dosen, memastikan pesan tetap otentik dan kontekstual. Keempat, strategi penyampaian menggunakan bahasa sederhana, gaya santai, dan humor untuk menyesuaikan karakteristik audiens TikTok yang cenderung mencari konten ringan. Kelima, meskipun Alkhan menargetkan dua konten per hari, keterbatasan waktu sebagai mahasiswa dan guru menyebabkan ketidakkonsistenan produksi. Terakhir, adaptasi terhadap tren TikTok dilakukan secara selektif, seperti memanfaatkan tren “wajarlah manusia bukan Nabi boy” selaras dengan nilai dakwah, sementara menghindari konten yang bertentangan dengan agama.

Temuan ini dianalisis melalui perspektif Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, yang menekankan bahwa produksi wacana merupakan respons terhadap konteks sosial (Badara, 2012). Proses verifikasi dalil oleh Alkhan mencerminkan prinsip otoritas keilmuan dalam dakwah (Abdullah, 2015), sementara penggunaan bahasa santai dan humor selaras dengan teori komunikasi persuasif (Ali, 2007). Tantangan dalam konsistensi produksi menggarisbawahi dilema kreator dakwah dalam menyeimbangkan tanggung jawab profesional dan komitmen dakwah.

Adaptasi terhadap logika algoritma TikTok juga menunjukkan pendekatan dakwah kontekstual (Kurniawan, 2019), di mana pesan agama dimodifikasi tanpa kehilangan esensinya. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian analisis wacana kritis dengan mengeksplorasi dimensi produksi wacana dakwah di media digital, sementara secara praktis, strategi Alkhan dapat menjadi model bagi kreator dakwah lain dalam meningkatkan efektivitas pesan.

Proses produksi konten Alkhan mencerminkan integrasi antara otoritas keilmuan, kreativitas media, dan konteks sosial. Penggunaan dalil yang diverifikasi memperkuat validitas pesan, sementara adaptasi gaya komunikasi untuk audiens digital memastikan pesan dapat diterima dengan baik. Fairclough (Badara, 2012) menekankan bahwa produksi wacana tidak netral, melainkan dipengaruhi oleh kekuasaan dan ideologi. Dalam hal ini, Alkhan memanfaatkan “kekuasaan” sebagai kreator untuk membingkai pesan agama yang membentuk perspektif audiens tentang kesabaran, syukur, dan moralitas. Temuan ini memberikan gambaran tentang peran kreator dakwah digital yang tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga gatekeeper yang bertanggung jawab atas akurasi konten, serta pentingnya pendekatan sosio-kultural dalam keberhasilan dakwah di media sosial.

Secara keseluruhan, produksi konten *muhasabah* Alkhan merupakan hasil dari proses yang sistematis, mulai dari perumusan tema, verifikasi materi, hingga penyajian yang adaptif. Analisis ini memperkaya pemahaman tentang praktik dakwah digital yang efektif, di mana kredibilitas keilmuan dan kreativitas berpadu untuk mencapai transformasi sosial. Untuk penelitian lanjutan, disarankan untuk

mengkaji dampak jangka panjang konten semacam ini terhadap perubahan perilaku audiens, serta melakukan perbandingan dengan kreator dakwah lain di platform berbeda.

Berdasarkan analisis wawancara dengan Alkhan, aspek konsumsi dalam dimensi praktik kewacanaan konten dakwah *mubahabah* Alkhan di TikTok menunjukkan beberapa temuan penting. Proses konsumsi oleh audiens terlihat melalui berbagai bentuk interaksi dan respons terhadap konten yang diproduksi. Secara umum, audiens memberikan respon positif terhadap konten-konten Alkhan, dengan komentar dominan positif seperti “Masyaallah Tabarakallah” dan ungkapan terima kasih karena merasa termotivasi. Salah satu contoh nyata adalah komentar Muhammad Ihsan As-Suhaimi yang menyatakan bahwa konten tersebut tepat sasaran saat ia sedang mengeluh dan membuatnya merasa lebih baik. Namun, terdapat beberapa respon negatif yang biasanya muncul pada konten dengan gaya penyampaian sindiran, seperti pertanyaan audiens “apakah Rasulullah dakwahnya seperti itu?” yang menunjukkan keberatan terhadap metode penyampaian tertentu.

Proses konsumsi ini tidak hanya pasif tetapi juga aktif, di mana audiens turut memproduksi makna melalui berbagai bentuk interaksi seperti komentar, like, share, dan save. Alkhan menanggapi respon audiens dengan pendekatan berbeda tergantung jenis interaksinya. Untuk komentar negatif yang bersifat argumentatif dan berpotensi menyesatkan, Alkhan merespon dengan membuat konten penjelasan tambahan. Sementara untuk ujaran kebencian atau kata-kata kasar, ia memilih menghapus komentar tersebut. Interaksi ini menunjukkan bahwa proses konsumsi dalam dakwah digital bersifat dinamis dan dialogis, di mana terjadi pertukaran makna antara kreator dan audiens.

Temuan ini dianalisis menggunakan perspektif Fairclough yang menekankan bahwa konsumsi wacana tidak hanya tentang penerimaan pesan tetapi juga produksi makna oleh audiens (Badara, 2012). Respon positif audiens yang merasa termotivasi dan tercerahkan menunjukkan efek afektif dan behavioral dari konten dakwah (Aziz, 2017), sementara interaksi melalui komentar mencerminkan karakteristik partisipatif media sosial (Mulawarman & Nurfitri, 2017). Pola konsumsi ini juga mengungkap bagaimana audiens muda memaknai pesan agama dalam konteks kehidupan sehari-hari mereka, sekaligus menunjukkan efektivitas pendekatan Alkhan yang menggunakan bahasa sederhana dan relatable.

Dimensi Sosio-Kultural

Analisis situasional pada penelitian ini mengkaji bagaimana konteks situasional mempengaruhi produksi konten dakwah *mubahabah* di platform TikTok, dengan fokus pada akun @aa_kun.asyakara. Hasil analisis menunjukkan

bahwa ketiga konten utama yang diteliti muncul sebagai respons langsung terhadap fenomena sosial yang sedang berkembang di media sosial. Konten pertama berjudul “Ehh Kok Ngeluh..” (diunggah 5 Mei 2023) secara khusus merespons maraknya budaya mengeluh berlebihan di kalangan anak muda TikTok yang cenderung ekshibisionis tanpa menawarkan solusi.

Konten kedua “Penuhi Keinginan Sederhana Ibu Kita” (14 Juni 2023) lahir dari keprihatinan terhadap normalisasi hubungan pacaran yang diumbar di platform, sementara konten ketiga “Refleksi Pagi” (20 September 2022) merupakan tanggapan terhadap persepsi negatif tentang hari Senin yang banyak diekspresikan pengguna TikTok.

Temuan penelitian mengungkapkan pola yang konsisten dimana Alkhan memposisikan diri sebagai penyeimbang wacana dominan di media sosial dengan menawarkan perspektif keagamaan yang segar. Analisis menunjukkan bahwa konten-konten ini sengaja diproduksi dalam rentang waktu ketika isu-isu terkait sedang mencapai puncak popularitasnya di platform digital. Dalam kerangka teori Fairclough, praktik ini dapat dipahami sebagai bentuk “penandaian balik” (*counter-signification*) terhadap wacana dominan di ruang digital. Penelitian ini mengidentifikasi tiga pola situasional yang khas: pola responsif-reaktif terhadap tren aktual, pola kontekstualisasi nilai agama melalui analogi kreatif, dan pola timing strategis dalam memanfaatkan momentum sosial.

Temuan tersebut memperkuat pendapat (Saputra, 2019) tentang pentingnya dimensi situasional dalam analisis wacana dakwah digital. Konten Alkhan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga performatif secara aktif menciptakan ruang negosiasi antara nilai-nilai tradisional keagamaan dengan realitas sosial kontemporer. Aspek temporal dalam penelitian ini juga mengungkapkan bagaimana kreator konten keagamaan modern beradaptasi dengan siklus tren media sosial yang cepat berubah. Alkhan menunjukkan kemampuan membaca perubahan zaman digital dengan tepat, sebuah kompetensi krusial bagi efektivitas dakwah di era algoritmik saat ini.

Aspek situasional ini memberikan pemahaman mendalam tentang konteks situasional merupakan faktor penentu keberhasilan komunikasi dakwah di platform digital seperti TikTok. Kemampuan membaca tren sosial secara *real-time*, keterampilan mengkontekstualisasikan pesan agama, dan ketepatan timing dalam merespons fenomena sosial terbukti menjadi elemen-elemen kunci yang membedakan konten dakwah yang efektif. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi komunikasi keagamaan di era digital, sekaligus membuka ruang untuk penelitian lanjutan tentang dampak temporalitas media sosial terhadap efektivitas pesan dakwah.

Analisis aspek institusional dalam penelitian ini memperkuat teori

Fairclough tentang bagaimana institusi membentuk wacana. Dalam konteks dakwah digital, otoritas keagamaan seorang kreator konten tidak lagi semata-mata berasal dari pengakuan masyarakat tradisional, tetapi juga dari legitimasi institusi pendidikan yang dijalannya.

Pendidikan pesantren yang diikuti Alkhan selama 6 tahun memberikannya akses terhadap khazanah keilmuan Islam klasik. Hal ini tercermin dalam kemampuannya mengutip dan menjelaskan dalil-dalil agama dengan tepat. Sementara itu, pendidikan tinggi di jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir mengembangkan kemampuan analitisnya dalam memahami teks-teks agama secara kontekstual. Kombinasi kedua bentuk pendidikan ini menghasilkan konten dakwah yang otentik namun relevan dengan konteks kekinian.

Lingkungan keluarga Alkhan yang religius berperan sebagai institusi informal yang membentuk karakter dan nilai-nilai dasar dakwahnya. Kakeknya yang seorang kyai memberikan contoh nyata tentang kehidupan yang dijalankan berdasarkan nilai-nilai agama, sementara ibunya yang berprofesi sebagai guru mengajarkan pentingnya penyampaian pesan yang edukatif. Pengaruh keluarga ini terlihat dalam gaya dakwah Alkhan yang bersifat edukatif namun tetap santun.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Abdullah (2015) tentang pentingnya kompetensi substantif dan metodologis bagi seorang da'i. Proses verifikasi materi dakwah yang dilakukan Alkhan menunjukkan keseriusannya dalam menjaga otentisitas dan akurasi konten. Praktik ini merupakan manifestasi dari tanggung jawab intelektual yang ditanamkan oleh institusi-institusi pendidikan yang diikutinya.

Aspek institusional dalam dimensi sosio-kultural menunjukkan bahwa kredibilitas konten dakwah *muhasabah* Alkhan di TikTok dibangun melalui jaringan institusi pendidikan dan lingkungan keluarga yang membentuknya. Kombinasi antara pendidikan pesantren, pendidikan tinggi, dan pengaruh keluarga menciptakan suatu bentuk otoritas keagamaan baru yang sesuai dengan konteks media digital. Dalam perspektif yang lebih luas, penelitian ini mengungkapkan bagaimana transformasi otoritas keagamaan di era digital. Jika sebelumnya otoritas keagamaan terutama diperoleh melalui pengakuan komunitas lokal, saat ini legitimasi institusional dari lembaga pendidikan formal turut berperan penting dalam membangun kredibilitas seorang pendakwah digital.

Aspek sosial dianalisis sebagai faktor utama yang memengaruhi pembentukan wacana dalam konten dakwah *muhasabah* Alkhan di TikTok. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek sosial mendorong Alkhan untuk memproduksi konten dakwah sebagai respons terhadap realitas sosial yang

Aspek sosial ini mengungkap bahwa Alkhan memproduksi konten dakwah dengan mendasarkannya pada fenomena sosial yang sedang terjadi, seperti kebiasaan audiens mengeluh di media sosial atau fenomena pacaran yang diumbar secara terbuka. Sebagai contoh, konten “Ehh kok ngeluh..” dibuat sebagai respons terhadap maraknya keluhan audiens di TikTok, sementara konten “Penuhi Keinginan Sederhana Ibu Kita” mengkritik kebebasan pergaulan yang bertentangan dengan nilai Islam. Alkhan juga selektif dalam memanfaatkan trend TikTok untuk menyampaikan pesan dakwah, hanya mengadopsi trend yang sesuai dengan nilai agama dan menolak yang mengandung unsur negatif. Penggunaan bahasa santai dan humor dalam kontennya membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh audiens muda, menunjukkan adaptasi yang cerdas terhadap karakteristik platform digital.

Konten Alkhan tidak hanya viral tetapi juga memengaruhi audiens secara emosional dan spiritual, seperti memotivasi mereka untuk bersyukur, menghindari pacaran, atau mengubah persepsi tentang hari Senin. Respon audiens, seperti komentar “Masyaallah Tabarakallah” atau pengakuan mereka yang merasa termotivasi untuk berhijrah, menunjukkan bahwa pesan dakwah Alkhan berhasil menciptakan perubahan sikap. Selain itu, Alkhan menggunakan kisah historis, seperti kisah Uwais Al-Qarni, untuk mengaitkan nilai-nilai Islam dengan realitas sosial modern. Pendekatan self-reminder yang digunakan Alkhan mengajak audiens untuk introspeksi diri tanpa terkesan menggurui, sehingga pesannya lebih mudah diterima.

Penelitian ini menunjukkan bahwa proses produksi konten *muhasabah* Alkhan selaras dengan analisis wacana kritis Norman Fairclough yang mengaitkan teks (konten dakwah) dengan konteks sosial. Pesan dakwahnya tidak hanya normatif tetapi juga relevan dengan masalah sehari-hari audiens, seperti kritik terhadap budaya mengeluh di media sosial yang berfungsi sebagai koreksi sosial sekaligus solusi spiritual.

TikTok, sebagai platform yang didominasi konten hiburan, menjadi ruang negosiasi antara nilai Islam dan budaya populer. Alkhan berhasil “mengislamisasikan” tren populer tanpa kehilangan esensi pesan agama, sebuah strategi yang selaras dengan teori dakwah adaptif. Kontennya tidak hanya viral tetapi juga memicu perubahan perilaku, menunjukkan efektivitas dakwah digital dalam membentuk kesadaran kolektif. Relasi emosional yang dibangun melalui gaya komunikasi santai dan empatik memperkuat dampak ini.

Alkhan menggabungkan otoritas keilmuan pesantren dengan gaya komunikasi generasi Z, membuktikan bahwa nilai-nilai Islam tradisional bisa dikemas secara modern tanpa mengurangi kedalaman pesan. Pendekatan ini

sesuai dengan konsep dakwah bil-hikmah yang menekankan kontekstualisasi pesan. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori Fairclough tentang keterkaitan wacana dengan praktik sosio-kultural, khususnya dalam konteks dakwah digital. Secara praktis, kreator dakwah bisa meniru strategi Alkhan, seperti memadukan analisis konteks sosial, verifikasi keilmuan, dan gaya komunikasi yang adaptif. Dari sisi sosial, konten dakwah berbasis *muhasabah* seperti ini berpotensi mengurangi degradasi moral di kalangan generasi muda dengan pendekatan yang humanis dan tidak menggurui.

Mengutip dari (Fuadi, 2017), bahwa “Pesan Akhlak dalam Konteks Sosio-Kultural merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kegiatan dakwah Ikhwanul Muslimin. Mensosialisasikan pembangunan bidang sosial pada masyarakat sebagai bentuk implementasi nilai dakwah. Kaum muslimin rela menjual jiwa dan hartanya kepada Allah Swt. Dengan keimanannya, mereka tidak merasa berhak lagi atas jiwa dan hartanya. Keduanya telah menjadi wakaf di jalan Allah demi mensukseskan dakwah dan menyampaikan kepada segenap hati manusia.”

Pesan dakwah Hasan Al-Banna dalam kutipan di atas memiliki kesamaan dengan konten *muhasabah* di akun TikTok @aa_kun.asykara, khususnya dalam pendekatan sosio-kultural dan penekanan pada refleksi diri. Alkhan, seperti Al-Banna, menggunakan konteks sosial audiens (misalnya, keluhan generasi muda atau masalah pacaran) sebagai pintu masuk untuk menyampaikan pesan dakwah yang bersifat introspektif. Keduanya juga mengajak audiens untuk mengevaluasi hakikat pengorbanan dan keikhlasan dalam beribadah, meskipun dengan medium yang berbeda—Al-Banna melalui tulisan, sementara Alkhan memanfaatkan platform digital seperti TikTok. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bagaimana prinsip *muhasabah* yang dikemukakan Fuadi (2017) tetap relevan dalam dakwah kontemporer berbasis media sosial.

Mengutip dari (Fuadi, 2017), Hasan Al-Banna merupakan tokoh pembaharu Islam yang sangat responsif terhadap problem sosial umat di zamannya. Fuadi menjelaskan bahwa “Hasan Al-Banna berusaha dengan gigih membendung arus sekulerisasi di dunia Islam melalui pesan-pesan dakwah.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa dakwah Hasan Al-Banna tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga reaktif terhadap kondisi sosial masyarakat Muslim yang sedang tergerus oleh pengaruh budaya Barat dan sekularisme. Pesan dakwahnya disusun secara strategis untuk membangun kembali identitas keislaman umat melalui pendekatan yang menyentuh aspek sosial, politik, dan moral. Dakwah dijadikan alat untuk membangkitkan kesadaran kolektif dan memperkuat spiritualitas umat di tengah krisis sosial.

Konsep dakwah sebagai respons terhadap problem sosial yang dijelaskan oleh (Fuadi, 2017) sangat relevan dengan penelitian ini, khususnya dalam konteks dakwah *muhasabah* yang disampaikan melalui media sosial oleh kreator TikTok @aa_kun.asyakara. Dalam konten-kontennya, seperti video “Ehh Kok Ngeluh” dan “Refleksi Pagi”, Alkhan merespons keresahan sosial berupa stres, depresi, dan kehilangan semangat hidup yang dialami oleh audiens—terutama generasi muda. Ia menyampaikan pesan motivatif, introspektif, dan penguatan iman sebagai bentuk penyikapan terhadap kondisi sosial psikologis masyarakat digital saat ini. Dengan demikian, dakwah *muhasabah* yang dilakukan oleh Alkhan merupakan implementasi kontemporer dari spirit dakwah Hasan Al-Banna, yaitu membentengi umat dari krisis moral dan spiritual melalui pendekatan yang membumi, relevan, dan kontekstual.

Mengutip dari (Fauziah, 2023), “Dakwah kreatif sendiri merupakan dakwah dilakukan secara kreatif atas dasar inovasi untuk menghasilkan hal-hal baru yang memiliki nilai tambah, memberi manfaat dan dapat menarik masyarakat untuk mengikuti kaidah dan memahami Islam. Dakwah kreatif menelusuri perkembangan informasi untuk dijadikan 'permata' bagi umat manusia. Para da'i, termasuk penyampai pesan dakwah melalui media sosial, sejatinya akrab dengan perkembangan informasi.”

Kutipan ini relevan karena menegaskan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam dakwah digital, yang sejalan dengan fokus penelitian ini dalam menganalisis strategi kreatif konten muhasabah di platform TikTok. Selain itu, penekanan pada peran media sosial sebagai sarana efektif untuk menyampaikan pesan dakwah memperkuat konteks penelitian tentang penggunaan TikTok sebagai medium dakwah kontemporer. Kutipan ini juga menyoroti kebutuhan pendakwah (da'i) untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, yang relevan dengan analisis dimensi sosio-kultural dalam penelitian, khususnya dalam memahami bagaimana konten dakwah dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik audiens dan tren digital. Dengan demikian, kutipan ini tidak hanya mendukung argumen tentang pentingnya pendekatan kreatif dalam dakwah, tetapi juga memperkaya diskusi tentang efektivitas media sosial sebagai alat penyebaran nilai-nilai Islam di era modern.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah Alkhan lahir sebagai respons terhadap fenomena sosial yang berkembang di masyarakat, seperti budaya mengeluh di media sosial atau praktik pacaran yang diumbar secara terbuka. Dengan memanfaatkan narasi historis (kisah Uwais Al-Qarni) dan mengaitkannya dengan realitas kontemporer, Alkhan berhasil membangun relevansi antara nilai-nilai Islam dengan masalah sosial audiens muda. Pendekatan ini tidak hanya memanfaatkan konteks sosio-kultural sebagai bahan refleksi, tetapi juga menciptakan ruang dialog antara tradisi keagamaan dengan

budaya populer di platform TikTok, di mana konten hiburan dominan. Analisis Fairclough mempertegas bahwa wacana dakwah Alkhan terbentuk melalui interaksi dinamis antara teks, praktik produksi, dan konteks sosial, sekaligus membuktikan bahwa media sosial bisa menjadi alat efektif untuk transformasi nilai-nilai keagamaan dalam masyarakat modern.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan *muhasabah* dalam konten dakwah di akun TikTok @aa_kun.asykara berhasil mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan konteks sosial audiens muda melalui analisis wacana kritis Norman Fairclough. Pada dimensi teks, Alkhan membangun pesan melalui representasi kreatif seperti dialog empatik, narasi historis, dan penggunaan dalil Al-Qur'an, dengan gaya bahasa santai dan humor yang mudah diterima. Identitasnya sebagai pendakwah muda berlatarbelakang pesantren dan perguruan tinggi memperkuat kredibilitas pesannya. Dalam

Dimensi praktik kewacanaan Norman Fairclough, proses produksi konten mempertimbangkan konteks sosial, verifikasi dalil, dan adaptasi tren TikTok, sementara audiens merespons secara aktif melalui interaksi positif maupun negatif. Dimensi sosio-kultural menunjukkan konten Alkhan sebagai respons terhadap fenomena sosial seperti budaya mengeluh di media sosial, dengan kemampuan membaca tren digital dan mentransformasikannya menjadi pesan reflektif. Penelitian ini membuktikan efektivitas pendekatan *muhasabah* dalam dakwah digital yang memadukan otentisitas keagamaan, kreativitas adaptif, dan pemahaman konteks sosial audiens, sekaligus menawarkan model dakwah kontemporer yang relevan bagi generasi muda. Untuk penelitian selanjutnya, perlu dieksplorasi dampak jangka panjang konten semacam ini terhadap perubahan perilaku audiens serta perbandingan dengan platform lainnya.

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan. Pertama, bagi kreator dakwah disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten melalui penguatan aspek visual dan kreativitas penyampaian, serta menggunakan bahasa yang lebih santun dan lembut terutama ketika membahas isu-isu sensitif. Selain itu, penting untuk memperluas variasi tema konten dengan mengangkat isu-isu aktual seperti kesehatan mental, manajemen stres, dan keseimbangan kehidupan dunia-akhirat agar lebih relevan dengan kebutuhan generasi muda. Kedua, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan eksplorasi lebih mendalam mengenai dampak konten dakwah terhadap perubahan perilaku dan pola pikir generasi muda dalam jangka panjang. Penelitian lanjutan juga dapat melakukan studi komparatif terhadap konten dakwah di berbagai platform media sosial seperti Instagram, YouTube,

Pendekatan *Muhasabah* Pada Konten Dakwah di Akun TikTok @aa_kun.asykara atau Twitter untuk melihat perbedaan strategi komunikasi dan respons audiens di masing-masing platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2015). *Ilmu Dakwah : Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Bandung: Citapustaka Media.
- Ali, N. (2007). *Dakwah Dalam Islam*. Jakarta: Bina Ilmu.
- Aziz, M. A. (2017). *Ilmu Dakwah : Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Badara, A. (2012). *Analisis Wacana : Teori, Metode dan Penerapannya pada Wacana Media*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Fahrurrozi, Faizah, & Kadri. (2019). *Ilmu Dakwah*. Mataram: Prenadamedia Group.
- Fauziah, S. S. (2023). Strategi Kreatif Film Maker Muslim dalam Mengemas Konten Dakwah Melalui Film Islami Cerita Hijrahku. *Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 8 No. 3.
- Fuadi, M. H. (2017). Pesan Dakwah Hasan Al-Banna dalam Buku Majmu'at al-Rasail. *Ilmu Dakwah : Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol. 11 No. 2.
- Hasanah, S. A. (2018). Konsep Muhasabah Dalam Al Qur'an : Telaah Pemikiran Al Ghazali. *Jurnal Al Diniyah*, Vol. 1 No. 1.
- Kurniawan. (2019). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Memilih Produk Halal. *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 20 No. 2.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, Vol.25 No.1.
- Munfarida, E. (2014). Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough. *Komunika*, Vol. 8 No. 1.
- Ritonga, R. (2023). REPRESENTASI PESAN DAKWAH DALAM NOVEL BANAT AL-RIYARDH KARYA RAJA ABDUL AL-SANEA: STUDI ANALISIS NORMAN FAIRCLOUGH. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, Vol.05 No.02.

- Riyant, A. D. (2024, Februari 2021). *HootSuite (We are Social) : Data Digital Indonesia 2024*. Retrieved from andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Saputra, P. S. (2019). Analisis Wacana Kritis Iklan Film Pendek Line Versi "Ada Apa Dengan Cinta?". *Jurnal Seni Rupa & Desain*, Vol. 22 No.1.
- Sholikhati, N. I. (2021). Pesan Dakwah dalam Jurnal Cak Nun yang berjudul "Belajar dan Diajari": Kajian Analisis Wacana Kritis Perspektif Norman Fairclough . *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMLANTIKS) 2021*.