



Representasi Citra Keagamaan Gus Iqdam dalam Dakwah Digital Youtube

Cep Ridwan^{1*}, Ahmad Fakhruddin Fajrul Islam¹

¹Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Hasyim Asy'ari Tebuireng, Jombang

*Email: cepridwan1707@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menjelaskan tandarepresentasi citra sosial keagamaan dan makna yang dibangun dalam konten dakwah Gus Iqdam di kanal Youtube Gus Iqdam Official. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan analisis semiotika Roland. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra sosial keagamaan dibentuk melalui busana religius, bahasa Jawa-Indonesia, humor, interaksi jamaah, nilai keikhlasan, dan legitimasi sosial ulama. Representasi tersebut menegaskan bahwa Youtube bukan hanya saluran penyiaran dakwah, melainkan ruang pembentukan identitas keagamaan yang humanis, komunikatif, dan dekat dengan pengalaman masyarakat digital.

Kata Kunci : citra keagamaan; dakwah digital; semiotika

ABSTRACT

This study explains the signs of socio-religious image representation and the meanings constructed in Gus Iqdam's preaching content on the Gus Iqdam Official Youtube channel. It applies an interpretive qualitative approach using Roland Barthes' semiotic analysis. The findings show that the socio-religious image is constructed through religious clothing, Javanese-Indonesian language, humor, audience interaction, sincerity, and the social legitimacy of religious authority. This representation indicates that Youtube functions not only as a preaching medium but also as a space for constructing a humanistic, communicative, and socially close religious identity in digital society.

Keywords : religious image; digital da'wah; semiotics

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh pengetahuan agama. Dakwah yang sebelumnya dominan berlangsung melalui mimbar masjid, majelis taklim, pengajian rutin, dan pertemuan tatap muka kini bergerak ke ruang digital yang lebih terbuka, cepat, dan partisipatif. Youtube menjadi salah satu media penting karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, teks, komentar, arsip, dan distribusi algoritmik dalam satu platform. Melalui Youtube, pesan keagamaan dapat diakses kembali oleh audiens yang tidak hadir secara fisik dalam majelis, bahkan dapat tersebar lintas wilayah, generasi, dan komunitas. Perubahan ini menunjukkan bahwa dakwah kontemporer tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga dengan cara pesan dikemas, divisualisasikan, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat digital.

Dalam konteks komunikasi Islam, perubahan medium dakwah menuntut cara membaca yang lebih luas. Media digital tidak dapat dipahami semata-mata sebagai alat teknis, sebab platform memiliki logika, budaya, dan bentuk interaksi yang memengaruhi produksi makna. Konten dakwah di Youtube menghadirkan pendakwah sebagai figur visual sekaligus figur simbolik. Penonton tidak hanya mendengar nasihat agama, tetapi juga melihat busana, gestur, ekspresi, gaya bahasa, respons jamaah, suasana panggung, serta hubungan sosial yang dibangun selama pengajian. Unsur-unsur tersebut menjadi tanda yang berperan dalam membentuk kesan tentang siapa pendakwah, nilai apa yang dibawa, dan citra keagamaan seperti apa yang hendak dinormalisasi di hadapan publik.

Salah satu figur yang menonjol dalam praktik dakwah digital adalah Gus Iqdam melalui kanal Youtube Gus Iqdam Official. Ia dikenal dengan gaya ceramah yang santai, komunikatif, dekat dengan kehidupan sehari-hari, dan sering menggunakan humor yang mudah dipahami jamaah. Dalam skripsi yang menjadi dasar artikel ini, objek penelitian difokuskan pada video dakwah berjudul *Cukup Jadikan Sholawat Sebagai Pegangan Hidupmu*. Video tersebut dipilih karena memuat unsur verbal dan nonverbal yang kuat, mulai dari penggunaan bahasa Jawa dan Indonesia, penampilan religius, ekspresi ramah, interaksi dengan jamaah, hingga narasi moral tentang keikhlasan, penghormatan kepada ulama, dan kedekatan diri kepada agama. Pemilihan satu video ini tidak dimaksudkan untuk menggeneralisasi seluruh konten Gus Iqdam, tetapi untuk membaca secara mendalam bagaimana citra sosial keagamaan dibentuk dalam satu teks media yang representatif.

Kajian tentang dakwah digital telah banyak dilakukan. Hamdan dan Mahmuddin (2021) menjelaskan Youtube sebagai media dakwah yang mampu memperluas jangkauan pesan keislaman melalui format audiovisual. Azizah

(2024) menyoroti strategi dakwah Gus Iqdam yang memanfaatkan humor, bahasa sederhana, dan storytelling sehingga mudah diterima audiens. Obianto dan Nabhan (2025) membahas strategi komunikasi interpersonal Gus Iqdam dalam membangun kedekatan dengan jamaah. Mufrida dan Pratiwi (2025) menekankan dampak dakwah Gus Iqdam terhadap dinamika sosial dan keagamaan masyarakat. Di sisi lain, Andriani (2025) menunjukkan bahwa transformasi dakwah Islam di Youtube dan TikTok menyangkut perubahan medium, pesan, strategi komunikasi, serta relasi antara dai dan audiens. Nuraeni dan Kurniasih (2021) juga memperlihatkan bahwa dakwah media sosial berperan dalam meningkatkan kesalehan individual pada situasi masyarakat yang semakin bergantung pada komunikasi digital.

Meskipun penelitian terdahulu telah membahas strategi dakwah, dampak sosial, dan transformasi media, kajian yang secara khusus membaca representasi citra sosial keagamaan Gus Iqdam melalui semiotika Roland Barthes masih perlu diperkuat. Perbedaan artikel ini terletak pada fokus analisis tanda, yakni bagaimana unsur visual, verbal, dan nonverbal dalam video dakwah bekerja sebagai sistem makna. Dengan membaca denotasi, konotasi, dan mitos, penelitian ini tidak hanya menggambarkan apa yang tampak dalam video, tetapi juga menafsirkan bagaimana simbol-simbol dakwah membentuk citra ulama muda yang humanis, komunikatif, sederhana, dan dekat dengan masyarakat. Kerangka Stuart Hall digunakan untuk memahami bahwa representasi bukan pantulan realitas secara netral, melainkan proses produksi makna melalui bahasa, simbol, dan praktik komunikasi (Hall, 1997).

Berdasarkan uraian tersebut, pertanyaan penelitian dalam artikel ini adalah bagaimana tanda-tanda representasi citra sosial keagamaan ditampilkan dalam konten dakwah Gus Iqdam di Youtube, dan bagaimana makna dari tanda-tanda tersebut dibangun melalui lapisan denotasi, konotasi, serta mitos.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif interpretatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes. Data dikumpulkan melalui observasi konten, dokumentasi tangkapan layar, transkrip bagian penting video, serta studi pustaka. Dengan cara ini, artikel diharapkan memberi kontribusi pada kajian komunikasi dan penyiaran Islam, terutama dalam memahami dakwah digital sebagai proses pembentukan citra sosial keagamaan di ruang media baru.

LANDASAN TEORITIS

Artikel ini bertumpu pada teori representasi Stuart Hall dan semiotika Roland Barthes. Kedua teori tersebut dipilih karena objek penelitian berupa konten dakwah Youtube tidak hanya memuat pesan verbal, tetapi juga tanda visual, gestur, ekspresi, suasana sosial, dan relasi komunikasi antara pendakwah dengan

jamaah. Representasi membantu menjelaskan bagaimana citra sosial keagamaan dibangun melalui bahasa dan simbol, sedangkan semiotika membantu mengurai lapisan makna dalam tanda-tanda yang muncul pada video. Dengan menggabungkan keduanya, dakwah digital dapat dipahami sebagai praktik komunikasi yang memproduksi makna, bukan hanya menyampaikan materi agama secara langsung.

Stuart Hall menjelaskan bahwa representasi merupakan proses produksi makna melalui bahasa, tanda, dan sistem simbolik yang beredar dalam budaya (Hall, 1997). Makna tidak hadir secara alamiah di dalam benda atau peristiwa, melainkan dibentuk melalui cara masyarakat menamai, menampilkan, menafsirkan, dan menghubungkan tanda dengan pengalaman sosial tertentu. Dalam media digital, representasi menjadi semakin penting karena citra seorang tokoh tidak hanya dibentuk oleh isi ucapannya, tetapi juga oleh cara ia tampil, cara kamera merekam, cara audiens merespons, serta cara platform mendistribusikan konten. Karena itu, sosok pendakwah di Youtube dapat dipahami sebagai representasi sosial keagamaan yang dikonstruksi melalui rangkaian tanda audiovisual.

Citra sosial keagamaan dalam artikel ini dipahami sebagai gambaran mengenai figur religius yang terbentuk melalui relasi antara simbol agama, nilai sosial, dan penerimaan publik. Citra tersebut tidak hanya melekat pada pakaian atau status formal, tetapi juga muncul dari gaya komunikasi, kedekatan dengan jamaah, pilihan tema ceramah, respons terhadap problem masyarakat, serta kemampuan menempatkan pesan agama dalam bahasa yang mudah diterima. Dalam konteks Gus Iqdam, citra sosial keagamaan dibaca sebagai proses pemaknaan terhadap sosok ulama muda yang tampil di ruang digital dengan tetap membawa tradisi pesantren, tetapi menggunakan gaya komunikasi yang akrab dengan masyarakat kontemporer.

Semiotika Roland Barthes memberikan perangkat analisis untuk membaca tanda dalam tiga tingkat makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos. Denotasi adalah makna literal atau makna paling langsung dari sebuah tanda. Konotasi adalah makna tambahan yang lahir dari pengalaman budaya, nilai sosial, emosi, dan pengetahuan kolektif. Mitos adalah lapisan makna yang lebih ideologis, yakni ketika suatu makna sosial dipandang wajar, alamiah, dan diterima sebagai kebenaran umum (Barthes, 2006). Dalam video dakwah, busana putih, peci, sorban, mikrofon, panggung pengajian, tawa jamaah, dan penggunaan bahasa daerah merupakan tanda yang dapat dibaca pada tiga lapisan tersebut.

Dalam kajian dakwah digital, tanda tidak dapat dilepaskan dari medium. Youtube menyediakan ruang bagi dakwah untuk tampil sebagai pengalaman audiovisual. Pendakwah bukan hanya terdengar, tetapi juga terlihat; jamaah

bukan hanya menjadi penerima, tetapi juga bagian dari suasana visual; dan pesan agama bukan hanya hadir sebagai nasihat, tetapi juga sebagai performa komunikasi yang diarsipkan dan dapat diputar ulang. Rohman (2024) menunjukkan bahwa media dakwah di Youtube bahkan dapat masuk ke dalam dinamika komodifikasi, sehingga bentuk penyajian, segmentasi penonton, dan citra dai menjadi bagian dari ekonomi perhatian. Karena itu, membaca dakwah digital menuntut perhatian terhadap simbol, gaya, platform, dan relasi sosial yang membentuknya.

Dengan landasan tersebut, analisis dalam artikel ini memandang konten dakwah Gus Iqdam sebagai teks media. Teks media tidak terbatas pada kata-kata ceramah, melainkan mencakup keseluruhan unsur yang terlihat dan terdengar dalam video. Pakaian putih dibaca bukan hanya sebagai pakaian, tetapi sebagai simbol kesalehan dan otoritas. Humor dibaca bukan hanya sebagai hiburan, tetapi sebagai strategi kedekatan. Bahasa Jawa-Indonesia dibaca bukan hanya sebagai variasi linguistik, tetapi sebagai tanda lokalitas dan keakraban. Interaksi jamaah dibaca bukan hanya sebagai respons spontan, tetapi sebagai legitimasi sosial terhadap figur pendakwah. Melalui pembacaan ini, semiotika dan representasi menjadi dasar untuk memahami bagaimana citra keagamaan dibangun dalam dakwah digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Video Cukup Jadikan Sholawat Sebagai Pegangan Hidupmu menampilkan suasana pengajian yang terbuka dan komunikatif. Gus Iqdam berada di panggung pengajian, mengenakan busana religius, memegang mikrofon, dan berhadapan dengan jamaah yang merespons isi ceramah secara aktif. Suasana tersebut menunjukkan bahwa dakwah dalam video tidak berlangsung sebagai komunikasi satu arah semata, tetapi sebagai perjumpaan sosial antara dai dan jamaah. Audiens tidak hanya diam sebagai pendengar, melainkan hadir sebagai bagian dari pembentukan makna melalui tawa, respons verbal, perhatian, dan kedekatan emosional yang tampak dalam video.

Berdasarkan observasi terhadap video, tanda-tanda yang paling menonjol dapat dikelompokkan ke dalam dua bentuk utama, yaitu tanda visual dan tanda verbal. Tanda visual meliputi busana putih, peci, sorban, ekspresi wajah, gestur tubuh, latar panggung, dan kehadiran jamaah. Tanda verbal meliputi pilihan kata, campuran bahasa Jawa dan Indonesia, humor, nasihat moral, serta pernyataan tentang pentingnya sholawat, penghormatan kepada ulama, dan keikhlasan dalam berdakwah. Seluruh tanda tersebut membentuk citra sosial keagamaan yang tidak tunggal, melainkan berlapis. Oleh karena itu, pembahasan berikut diarahkan pada dua fokus penelitian: pertama, bentuk tanda representasi

citra sosial keagamaan; kedua, makna denotasi, konotasi, dan mitos yang dibangun melalui tanda-tanda tersebut.

Tanda Representasi Citra Sosial Keagamaan dalam Konten Dakwah

Tanda representasi citra sosial keagamaan paling awal tampak dari penampilan visual Gus Iqdam. Ia mengenakan busana putih, peci putih, dan sorban yang secara langsung menghubungkan dirinya dengan identitas pendakwah Islam. Pada tingkat denotasi, busana tersebut merupakan pakaian yang lazim digunakan dalam kegiatan pengajian. Namun, dalam konteks sosial keagamaan Indonesia, pakaian putih, peci, dan sorban memiliki daya simbolik yang kuat. Warna putih sering diasosiasikan dengan kebersihan, kesederhanaan, kesucian, dan ketulusan niat. Peci dan sorban menghubungkan figur pendakwah dengan tradisi pesantren, otoritas keilmuan agama, serta kesinambungan nilai Islam tradisional. Dengan demikian, penampilan visual tidak sekadar memenuhi fungsi estetis, tetapi menjadi perangkat representasi yang menegaskan legitimasi religius.

Kekuatan tanda visual tersebut semakin terlihat karena konten disebarkan melalui Youtube. Di ruang digital, kesan pertama sering dibangun melalui gambar, thumbnail, potongan video, dan tampilan tubuh pendakwah sebelum audiens mendalami isi ceramah. Penonton dapat langsung menangkap identitas religius melalui simbol pakaian dan suasana majelis. Hal ini menunjukkan bahwa representasi dalam dakwah digital berlangsung sejak tingkat visual. Citra sosial keagamaan bukan hanya dibangun melalui dalil atau argumen, tetapi juga melalui penampilan yang dianggap sesuai dengan ekspektasi masyarakat terhadap figur ulama. Dalam perspektif Hall, simbol-simbol tersebut bekerja sebagai bahasa visual yang memproduksi makna tentang siapa Gus Iqdam dan posisi sosial apa yang ia tempati dalam ruang dakwah (Hall, 1997).

Tanda berikutnya tampak pada latar majelis dan kehadiran jamaah. Pengajian berlangsung dalam suasana yang terlihat ramai, terbuka, dan dekat dengan masyarakat. Jamaah duduk menyimak, merespons, tertawa, dan menunjukkan perhatian terhadap isi ceramah. Secara denotatif, kehadiran jamaah memperlihatkan bahwa video tersebut adalah dokumentasi kegiatan pengajian. Secara konotatif, keramaian jamaah memberi makna penerimaan sosial, kepercayaan publik, dan legitimasi terhadap pendakwah. Dalam budaya dakwah, banyaknya jamaah sering dibaca sebagai tanda bahwa seorang dai memiliki pengaruh, daya tarik, serta kemampuan menjangkau masyarakat. Dengan demikian, jamaah tidak hanya menjadi latar pasif, tetapi menjadi tanda sosial yang memperkuat citra Gus Iqdam sebagai pendakwah yang diterima oleh komunitasnya.

Interaksi antara Gus Iqdam dan jamaah memperlihatkan bentuk representasi yang lebih dinamis. Ia tidak hanya menyampaikan ceramah dengan suara satu arah, tetapi membangun percakapan yang memungkinkan jamaah memberi respons. Tawa jamaah, tanggapan spontan, dan suasana cair menunjukkan bahwa dakwah berlangsung dalam pola komunikasi yang dialogis. Pada titik ini, citra sosial keagamaan dibentuk melalui kedekatan. Gus Iqdam tidak tampil sebagai figur yang jauh dan sulit dijangkau, melainkan sebagai pendakwah yang hadir di tengah masyarakat dengan bahasa yang akrab. Kedekatan ini menjadi penting karena audiens digital, terutama generasi muda, cenderung lebih mudah menerima pesan keagamaan ketika pendakwah mampu menampilkan keramahan, empati, dan keterhubungan dengan realitas sehari-hari.

Selain visual, tanda verbal memiliki peran besar dalam membentuk citra sosial keagamaan. Gus Iqdam menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa Jawa secara bergantian. Secara denotatif, campuran bahasa tersebut merupakan cara menyampaikan pesan agar dapat dipahami oleh jamaah lokal. Secara konotatif, penggunaan bahasa Jawa menghadirkan rasa kedekatan budaya, kekeluargaan, dan identitas lokal. Bahasa daerah dalam dakwah bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga tanda bahwa pendakwah memahami latar sosial audiensnya. Pemakaian bahasa yang tidak terlalu formal membuat pesan agama terasa lebih mudah dicerna dan tidak berjarak. Dengan begitu, citra yang muncul adalah figur ulama muda yang tidak elitis, melainkan mampu menyapa masyarakat dengan bahasa mereka sendiri.

Humor juga menjadi tanda penting dalam konten dakwah Gus Iqdam. Humor muncul sebagai selingan yang membuat suasana pengajian lebih hidup dan mengurangi kesan kaku. Secara denotatif, humor merupakan bagian dari gaya bertutur. Secara konotatif, humor menunjukkan keluwesan komunikasi, kecerdasan sosial, dan kemampuan membaca situasi jamaah. Humor yang santun membuat pesan moral tidak terasa menghakimi, melainkan hadir sebagai nasihat yang lebih ringan. Dalam penelitian tentang dakwah Gus Iqdam, humor sering dipandang sebagai salah satu faktor yang membuat ceramahnya diminati masyarakat, sebab humor memberi ruang afektif bagi jamaah untuk merasa nyaman sebelum menerima pesan keagamaan (Azizah, 2024).

Tanda verbal lain yang menonjol adalah pesan tentang sholawat sebagai pegangan hidup. Tema sholawat tidak hanya dipahami sebagai ajakan ritual, tetapi sebagai simbol orientasi spiritual. Ketika sholawat ditempatkan sebagai pegangan hidup, pesan dakwah mengarahkan jamaah untuk menjadikan kecintaan kepada Nabi sebagai pusat ketenangan, moralitas, dan kedekatan kepada Allah. Dalam konteks sosial, tema ini relevan dengan kebutuhan

masyarakat yang menghadapi tekanan hidup, kecemasan, konflik, dan ketidakpastian. Gus Iqdam tidak hanya memberi instruksi keagamaan, tetapi menawarkan makna spiritual yang dapat dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Representasi yang terbentuk adalah citra pendakwah sebagai pembimbing moral dan spiritual.

Konten dakwah juga memuat tanda tentang keikhlasan dalam berdakwah. Dalam skripsi dasar penelitian ini, ditemukan data tentang tidak memasang tarif dalam berdakwah dan larangan menjual jadwal dakwah. Tanda verbal ini memiliki makna sosial yang kuat karena menyentuh persoalan etika pendakwah di ruang publik. Secara denotatif, pernyataan tersebut merupakan penegasan sikap terhadap aktivitas dakwah. Secara konotatif, hal itu membangun citra bahwa dakwah ideal adalah dakwah yang tidak semata-mata digerakkan oleh kepentingan material. Pesan ini memperkuat kesan bahwa Gus Iqdam menempatkan dakwah sebagai amanah moral, bukan sebagai komoditas pribadi. Dalam konteks media digital yang sering berkelindan dengan popularitas dan ekonomi perhatian, penegasan keikhlasan menjadi tanda penting untuk menjaga otoritas moral pendakwah.

Representasi penghormatan kepada ulama juga muncul melalui narasi tentang pentingnya tidak menjauh dari ulama. Tanda ini bekerja pada level verbal dan ideologis. Pada level denotasi, pesan tersebut berupa nasihat agar masyarakat tetap dekat dengan sumber ilmu agama. Pada level konotasi, ulama diposisikan sebagai penjaga moral, pembimbing spiritual, dan rujukan dalam kehidupan sosial. Citra Gus Iqdam sebagai ulama muda diperkuat melalui pesan yang menempatkan jaringan keilmuan dan tradisi pesantren sebagai hal penting. Dengan demikian, dakwah digital tidak memutus hubungan dengan otoritas tradisional, melainkan menghadirkan kembali nilai pesantren ke ruang Youtube. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial dapat menjadi sarana perluasan dakwah, tetapi tetap memerlukan basis otoritas keagamaan agar tidak sekadar mengikuti tren platform (Nuraeni & Kurniasih, 2021).

Tanda nonverbal berupa ekspresi wajah dan gestur tubuh juga membangun citra sosial keagamaan. Ekspresi ramah, intonasi yang tidak kaku, dan gestur yang terbuka menunjukkan kehangatan komunikasi. Dalam banyak konten audiovisual, gestur memengaruhi cara audiens menilai ketulusan dan kedekatan pembicara. Jika isi ceramah menyampaikan nilai keagamaan, maka ekspresi dan gestur berfungsi memperkuat pesan tersebut. Wajah yang ramah membuat nasihat terasa lebih lembut, sementara gestur tubuh yang santai membuat suasana pengajian tidak berjarak. Dengan demikian, tanda nonverbal tidak dapat dipisahkan dari pesan dakwah karena keduanya bersama-sama membentuk pengalaman audiens.

Jika seluruh tanda tersebut dibaca secara terpadu, maka citra sosial keagamaan Gus Iqdam dalam video tidak hanya dibangun oleh satu unsur, melainkan oleh jaringan tanda yang saling mendukung. Busana menandai identitas religius; bahasa menandai kedekatan budaya; humor menandai komunikasi humanis; jamaah menandai legitimasi sosial; pesan sholawat menandai orientasi spiritual; dan narasi keikhlasan menandai integritas moral.

Tabel 1. merangkum hubungan antara tanda, bentuk representasi, dan makna sosial

Tanda dalam Video	Bentuk Representasi	Makna Sosial Keagamaan
Busana putih, peci, sorban	Identitas visual pendakwah	Kesalehan, kesederhanaan, dan legitimasi ulama
Bahasa Jawa-Indonesia	Kedekatan linguistik dengan jamaah	Akrab, lokal, komunikatif, dan mudah diterima
Humor dan gaya santai	Strategi komunikasi humanis	Dakwah terasa ringan dan tidak menghakimi
Interaksi jamaah	Relasi sosial dalam majelis	Penerimaan publik dan legitimasi sosial
Pesan sholawat dan keikhlasan	Orientasi spiritual dan moral	Pembimbing agama yang dekat dengan kehidupan masyarakat

Sumber: Hasil observasi dan analisis penelitian

Tabel 1. menunjukkan bahwa representasi citra sosial keagamaan tidak hanya muncul dari isi ceramah, tetapi juga dari unsur visual, bahasa, suasana, dan interaksi. Hubungan antarunsur tersebut membentuk citra Gus Iqdam sebagai pendakwah yang memiliki otoritas religius sekaligus kedekatan sosial. Dalam konteks dakwah digital, perpaduan tersebut penting karena audiens tidak hanya menilai benar atau salahnya pesan, tetapi juga menilai figur yang menyampaikan pesan. Karena itu, kemampuan membangun citra yang kredibel, humanis, dan komunikatif menjadi bagian dari strategi dakwah di media baru (Andriani, 2025).

Penggunaan peci merupakan hubungan integral antara agama dan budaya sehingga tabligh yang disampaikan kepada mad'u dapat diterima (Hermawan, Chidayah, dan Nase, 2025).

Makna Denotasi, Konotasi, dan Mitos Citra Keagamaan

Pembacaan semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa tanda-tanda dalam video Gus Iqdam bekerja melalui tiga lapisan makna. Pada tingkat denotasi, video menampilkan seorang pendakwah yang berada di majelis pengajian,

mengenakan busana putih, memegang mikrofon, dan menyampaikan ceramah di hadapan jamaah. Tanda verbal yang muncul berupa nasihat tentang sholat, kedekatan kepada ulama, keikhlasan dalam berdakwah, serta pentingnya menjaga moral. Makna denotatif ini memperlihatkan aktivitas dakwah sebagaimana tampak secara langsung. Tidak ada penafsiran yang terlalu jauh pada lapisan ini; yang dibaca adalah apa yang terlihat dan terdengar dalam video.

Namun, pada tingkat konotasi, tanda-tanda tersebut mulai memunculkan makna sosial dan budaya. Busana putih tidak lagi sekadar pakaian, tetapi menjadi simbol kesucian, kesalehan, dan ketulusan. Peci dan sorban tidak lagi hanya atribut kepala, tetapi menjadi tanda keterhubungan dengan tradisi pesantren dan otoritas ulama. Panggung pengajian tidak lagi hanya tempat berdiri, tetapi menjadi ruang simbolik tempat ilmu agama disampaikan dan legitimasi sosial dibentuk. Jamaah yang hadir tidak lagi hanya penonton, tetapi menjadi tanda penerimaan masyarakat. Dengan demikian, lapisan konotasi menghubungkan tanda fisik dengan nilai yang hidup dalam budaya Islam Indonesia.

Pada aspek bahasa, denotasi terlihat dari pemakaian bahasa Indonesia dan Jawa sebagai sarana komunikasi. Konotasinya adalah kedekatan sosial. Bahasa Jawa yang disisipkan dalam ceramah memberi kesan bahwa pendakwah hadir dari dan untuk komunitasnya. Bahasa tersebut menurunkan jarak hierarkis antara ulama dan jamaah. Pendakwah tidak tampil sebagai figur yang hanya berbicara dari atas mimbar, tetapi sebagai sosok yang mengetahui cara bercanda, menyapa, dan menasihati masyarakat dengan bahasa sehari-hari. Dalam ruang digital, kedekatan bahasa ini memiliki nilai lebih karena konten dapat ditonton oleh audiens yang merindukan suasana majelis lokal meskipun mereka tidak hadir di lokasi pengajian.

Humor pada tingkat denotasi adalah ungkapan lucu atau gaya komunikasi yang memancing tawa. Pada tingkat konotasi, humor menunjukkan pendekatan dakwah yang tidak menekan psikologis jamaah. Dalam tradisi dakwah, humor yang tepat dapat menjadi jembatan untuk menyampaikan pesan moral yang berat. Humor membuat jamaah merasa diterima, bukan dihakimi. Ketika jamaah tertawa, suasana emosional menjadi lebih terbuka sehingga nasihat agama lebih mudah masuk. Dalam konteks Gus Iqdam, humor juga memperkuat citra ulama muda yang dapat berkomunikasi dengan bahasa generasi sekarang tanpa kehilangan batas kesantunan. Hal ini berkaitan dengan kajian dakwah digital yang menekankan pentingnya adaptasi pesan terhadap karakter audiens dan *platform* (Hamdan & Mahmuddin, 2021).

Lapisan mitos muncul ketika rangkaian tanda tersebut membentuk pandangan yang dianggap wajar oleh masyarakat. Mitos pertama yang terbentuk adalah bahwa ulama muda ideal di era digital adalah ulama yang tetap berakar

pada tradisi pesantren, tetapi mampu tampil komunikatif, santai, dan dekat dengan jamaah. Citra ini tidak hadir begitu saja, melainkan dibangun melalui kombinasi busana religius, bahasa lokal, humor, dan interaksi sosial. Dengan kata lain, video tersebut menormalisasi gagasan bahwa keulamaan tidak harus ditampilkan secara kaku. Ulama dapat tetap memiliki wibawa meskipun menggunakan gaya komunikasi yang cair dan bersahabat.

Mitos kedua adalah bahwa dakwah digital yang efektif adalah dakwah yang humanis. Humanis dalam konteks ini berarti menyentuh pengalaman hidup jamaah, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan memberi ruang bagi tawa serta emosi. Video Gus Iqdam memperlihatkan bahwa pesan agama dapat disampaikan melalui pendekatan yang merangkul. Masyarakat digital, terutama generasi muda, sering kali lebih tertarik pada konten yang terasa dekat dengan problem keseharian daripada ceramah yang sepenuhnya formal. Karena itu, representasi Gus Iqdam sebagai pendakwah humanis membentuk pemahaman bahwa dakwah yang baik bukan hanya benar secara substansi, tetapi juga tepat secara komunikasi.

Mitos ketiga berkaitan dengan keikhlasan pendakwah. Ketika muncul pesan tentang tidak memasang tarif dan tidak menjual jadwal dakwah, tanda tersebut melampaui makna literal. Ia membentuk gambaran tentang pendakwah yang menjaga kemurnian niat. Dalam masyarakat yang semakin akrab dengan monetisasi konten, popularitas digital, dan ekonomi platform, narasi keikhlasan menjadi sangat penting. Mitos yang muncul adalah bahwa otoritas moral ulama tidak hanya ditentukan oleh ilmu, tetapi juga oleh kemampuannya menjaga jarak dari kesan komersialisasi agama. Pada titik ini, dakwah digital menghadapi tantangan ganda: memanfaatkan media modern, tetapi tetap menjaga nilai etis dakwah agar tidak direduksi menjadi tontonan semata.

Mitos keempat adalah bahwa Youtube dapat menjadi ruang majelis baru. Video dakwah yang direkam dan diunggah ke platform digital memungkinkan pengalaman pengajian meluas ke luar lokasi fisik. Penonton yang berada jauh dari tempat pengajian tetap dapat merasakan suasana majelis melalui suara, gambar, dan respons jamaah. Dengan demikian, Youtube tidak hanya menjadi arsip video, tetapi ruang kehadiran sosial yang memediasi relasi antara pendakwah dan audiens. Andriani (2025) menyebut transformasi dakwah di Youtube sebagai perubahan medium yang memengaruhi relasi dai dan audiens. Dalam kasus Gus Iqdam, perubahan tersebut tampak pada bagaimana citra pendakwah dapat tersebar, dikenali, dan dimaknai oleh penonton yang tidak berada dalam majelis fisik.

Mitos kelima adalah bahwa tradisi pesantren dapat beradaptasi dengan budaya digital. Gus Iqdam tampil membawa simbol pesantren seperti peci,

sorban, dan bahasa religius, tetapi penyebaran pesannya berlangsung melalui Youtube. Perpaduan ini memperlihatkan bahwa tradisi tidak selalu bertentangan dengan modernitas media. Justru, media digital dapat menjadi perpanjangan ruang dakwah pesantren jika nilai yang dibawa tetap terjaga. Dalam lapisan mitos, konten tersebut membentuk keyakinan bahwa ulama muda dapat menjembatani generasi lama dan generasi baru. Ia membawa otoritas tradisional sekaligus kemampuan komunikasi digital yang sesuai dengan pola konsumsi media kontemporer.

Makna mitologis tersebut juga memperlihatkan proses pembentukan identitas sosial keagamaan. Audiens yang menonton video tidak hanya menerima pesan tentang sholawat, tetapi juga menerima model religiusitas tertentu. Model tersebut menekankan kesalehan yang dekat, ramah, bersahaja, dan tidak memutus hubungan dengan budaya lokal. Ini penting karena citra keagamaan di media digital sering kali bersaing dengan berbagai narasi yang keras, eksklusif, atau terlalu formal. Representasi Gus Iqdam menawarkan citra alternatif: religiusitas yang hangat, komunikatif, dan mengakar pada kehidupan jamaah. Dalam perspektif Hall, representasi seperti ini berperan dalam membentuk cara masyarakat melihat tokoh agama dan memahami praktik dakwah (Hall, 1997).

Berdasarkan pemaparan di atas menunjukkan bahwa citra sosial keagamaan tidak dapat dilepaskan dari relasi antara tanda dan konteks. Pakaian putih memiliki makna karena masyarakat memiliki pengetahuan budaya tentang putih sebagai simbol kesucian. Bahasa Jawa bermakna dekat karena audiens memiliki pengalaman sosial terhadap bahasa tersebut. Humor bermakna humanis karena muncul dalam situasi dakwah yang biasanya diasosiasikan dengan nasihat serius. Jamaah bermakna legitimasi karena kehadiran mereka menunjukkan penerimaan sosial. Dengan demikian, semiotika Barthes membantu mengungkap bahwa makna dalam video dakwah bukan sesuatu yang tunggal, tetapi hasil dari hubungan antara tanda, budaya, dan ideologi.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, temuan ini memperluas kajian strategi dakwah Gus Iqdam. Azizah (2024) menekankan humor dan storytelling sebagai strategi, sedangkan artikel ini menunjukkan bahwa humor dan storytelling juga bekerja sebagai tanda representasi yang membentuk citra sosial keagamaan. Obianto dan Nabhan (2025) menekankan komunikasi interpersonal, sedangkan artikel ini menempatkan kedekatan interpersonal sebagai bagian dari konstruksi makna audiovisual. Mufrida dan Pratiwi (2025) menyoroti dampak sosial dakwah, sedangkan artikel ini membaca bagaimana dampak tersebut dimungkinkan oleh tanda-tanda yang membangun legitimasi dan kedekatan. Dengan demikian, kontribusi artikel ini terletak pada penjelasan semiotik tentang bagaimana citra pendakwah diproduksi dalam media digital.

Efektivitas dakwah digital bukan hanya bergantung pada banyaknya penonton atau viralitas konten. Efektivitas juga bergantung pada konsistensi citra yang dibangun melalui simbol, bahasa, dan relasi sosial. Konten yang viral tetapi kehilangan integritas moral dapat melemahkan kepercayaan publik. Sebaliknya, konten yang mampu menampilkan otoritas religius, kedekatan sosial, dan nilai humanis memiliki peluang lebih besar untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens. Karena itu, pendakwah digital perlu memahami bahwa setiap unsur dalam konten, mulai dari pakaian hingga respons terhadap jamaah, dapat menjadi tanda yang dimaknai publik.

Implikasi lain dari temuan ini adalah pentingnya literasi media dakwah bagi audiens. Penonton perlu menyadari bahwa konten dakwah adalah teks media yang dikonstruksi. Artinya, makna yang diterima tidak hanya berasal dari isi ceramah, tetapi juga dari cara video disusun, cara pendakwah tampil, dan cara platform memediasi pertemuan. Kesadaran ini tidak dimaksudkan untuk meragukan dakwah, melainkan untuk membuat audiens lebih kritis dan matang dalam memahami pesan keagamaan di ruang digital. Dengan literasi media, masyarakat dapat menghargai dakwah yang humanis dan bertanggung jawab, sekaligus menghindari konsumsi konten keagamaan yang manipulatif atau hanya mengejar sensasi.

Secara keseluruhan, makna denotasi, konotasi, dan mitos dalam video Gus Iqdam membentuk citra sosial keagamaan yang kuat. Denotasi menunjukkan kegiatan pengajian; konotasi menunjukkan kesalehan, kedekatan, keikhlasan, dan legitimasi; sedangkan mitos menunjukkan model ulama muda modern yang tetap berakar pada tradisi. Tiga lapisan ini memperlihatkan bahwa Youtube menjadi ruang penting dalam pembentukan citra keagamaan kontemporer. Dakwah digital bukan hanya memindahkan ceramah dari majelis ke layar, tetapi juga mengubah cara masyarakat melihat, merasakan, dan menilai otoritas keagamaan.

Analisis tanda visual juga perlu diletakkan dalam konteks kebiasaan audiens Youtube. Penonton digital sering kali mengonsumsi video secara cepat, berpindah dari satu konten ke konten lain, serta menilai kredibilitas pembicara melalui kesan awal yang tampak di layar. Oleh sebab itu, tampilan visual pendakwah memiliki fungsi retorik. Busana putih, peci, sorban, latar majelis, dan posisi tubuh di panggung membentuk kesan otoritatif sebelum pesan verbal selesai dipahami. Dalam komunikasi dakwah, kesan ini penting karena audiens membutuhkan penanda kepercayaan. Jika simbol yang tampil selaras dengan nilai yang dibicarakan, pesan dakwah lebih mudah diterima sebagai nasihat yang sah. Namun, jika simbol visual tidak konsisten dengan substansi pesan, audiens digital dapat merespons secara kritis melalui komentar, potongan video,

atau penilaian publik. Karena itu, representasi citra sosial keagamaan dalam Youtube selalu berada dalam ruang penilaian sosial yang terbuka.

Kehadiran jamaah dalam video juga memperlihatkan bahwa dakwah digital tetap membawa jejak dakwah luring. Konten yang diunggah ke Youtube berasal dari aktivitas majelis nyata, bukan hanya rekaman studio. Hal ini menghasilkan dua lapisan audiens. Lapisan pertama adalah jamaah yang hadir langsung di lokasi pengajian. Lapisan kedua adalah penonton digital yang menyaksikan ulang melalui layar. Kedua lapisan audiens tersebut saling memperkuat makna. Respons jamaah di lokasi menjadi petunjuk bagi penonton digital tentang suasana majelis, daya tarik pendakwah, dan relevansi pesan. Ketika penonton melihat jamaah tertawa atau menyimak dengan serius, mereka ikut membaca bahwa pesan tersebut diterima secara sosial. Dalam perspektif representasi, respons kolektif ini menjadi bagian dari konstruksi citra karena menunjukkan bahwa otoritas Gus Iqdam tidak hanya dinyatakan oleh dirinya sendiri, tetapi juga diakui oleh komunitas yang hadir.

Tanda tentang tekanan sosial terhadap pendakwah yang muncul dalam skripsi juga memperkaya analisis citra keagamaan. Dalam beberapa narasi, pendakwah tidak hanya digambarkan sebagai sosok yang memberi nasihat, tetapi juga sebagai figur yang menghadapi tuntutan sosial, jadwal padat, ekspektasi jamaah, dan beban emosional. Pada tingkat denotasi, narasi ini menjelaskan situasi yang dialami seorang pendakwah populer. Pada tingkat konotasi, ia membangun citra pendakwah sebagai manusia yang memiliki keterbatasan, bukan figur yang sepenuhnya bebas dari tekanan. Representasi ini penting karena menggeser citra ulama dari sosok yang hanya dihormati menuju sosok yang juga perlu dipahami secara manusiawi. Dengan menampilkan sisi kelelahan, tekanan, dan tanggung jawab, video membentuk pemahaman bahwa dakwah adalah kerja sosial-keagamaan yang menuntut komitmen moral, kesabaran, serta pengelolaan emosi.

Selain itu, narasi tentang tidak menjual jadwal dakwah memperlihatkan kritik halus terhadap kemungkinan komersialisasi aktivitas keagamaan. Dalam ruang digital, popularitas pendakwah dapat membuka peluang ekonomi melalui monetisasi, undangan, iklan, pengelolaan kanal, dan distribusi potongan ceramah. Kondisi tersebut tidak selalu negatif, tetapi dapat menimbulkan kecurigaan apabila dakwah dipersepsikan lebih mengutamakan keuntungan daripada pelayanan umat. Dengan menegaskan nilai keikhlasan, citra yang dibangun adalah citra pendakwah yang menjaga jarak dari orientasi material yang berlebihan. Ini tidak berarti bahwa pendakwah tidak boleh menerima dukungan operasional, melainkan bahwa nilai utama dakwah tetap berada pada penyampaian kebaikan dan pembinaan moral. Representasi ini memperkuat

kepercayaan jamaah karena publik cenderung menilai integritas pendakwah dari kesesuaian antara pesan agama dan sikap sosialnya.

Sisi verbal video ini yaitu penggunaan kalimat yang dekat dengan pengalaman sehari-hari membuat pesan agama tidak berhenti pada level doktrin. Nasihat tentang sholat, ulama, moral, dan keikhlasan dikaitkan dengan kehidupan jamaah yang konkret. Pendekatan ini berbeda dari dakwah yang sangat konseptual atau akademis. Gus Iqdam tidak menempatkan jamaah sebagai objek yang harus menerima penjelasan rumit, tetapi sebagai subjek yang memiliki pengalaman, masalah, dan kebutuhan spiritual. Karena itu, pilihan bahasa sederhana menjadi strategi representasi yang kuat. Bahasa sederhana bukan berarti dangkal, melainkan bentuk penerjemahan nilai agama agar dapat dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat. Dalam ruang digital, strategi ini juga memperluas kemungkinan pesan ditonton oleh audiens lintas usia dan latar pendidikan.

Pola kedekatan ini memperlihatkan bahwa citra sosial keagamaan tidak hanya dibentuk oleh simbol vertikal antara ulama dan jamaah, tetapi juga oleh relasi horizontal. Secara vertikal, Gus Iqdam memiliki posisi sebagai pendakwah yang memberi arahan moral. Secara horizontal, ia membangun kedekatan melalui humor, sapaan, dan bahasa lokal. Kombinasi ini menghasilkan citra yang seimbang: berwibawa tetapi tidak berjarak, religius tetapi tidak kaku, populer tetapi tetap membawa nilai pesantren. Keseimbangan tersebut menjadi penting dalam dakwah digital karena audiens sering kali menolak figur yang terlalu menggurui, tetapi tetap membutuhkan rujukan agama yang kredibel. Dengan demikian, keberhasilan representasi terletak pada kemampuan menggabungkan otoritas dan keakraban dalam satu performa komunikasi.

Dalam pembacaan mitos, representasi Gus Iqdam juga dapat dipahami sebagai bagian dari perubahan figur ulama dalam budaya media. Pada masa sebelumnya, otoritas ulama terutama dibangun melalui kedalaman ilmu, sanad keilmuan, kedekatan dengan pesantren, dan pengakuan masyarakat lokal. Di era digital, otoritas tersebut tetap penting, tetapi cara tampilnya mengalami perluasan. Ulama kini juga dikenal melalui potongan video, kanal Youtube, komentar netizen, dan persebaran konten di berbagai platform. Mitos yang muncul bukan sekadar ulama sebagai guru agama, tetapi ulama sebagai figur publik digital. Dalam kasus Gus Iqdam, figur publik digital ini tidak dilepaskan dari citra pesantren, sehingga popularitas media tidak menghapus basis tradisi. Justru keduanya saling memperkuat: tradisi memberi legitimasi, sementara media memberi jangkauan.

Mitos tentang ulama muda modern juga berkaitan dengan generasi muda sebagai audiens penting dakwah digital. Generasi muda hidup dalam budaya visual, ritme komunikasi cepat, dan kebiasaan mencari pengetahuan melalui platform daring. Mereka membutuhkan figur agama yang dapat berbicara dengan bahasa yang tidak terlalu jauh dari dunia mereka. Video Gus Iqdam menunjukkan bahwa pesan agama dapat dikemas dalam suasana yang hidup, tidak menakutkan, dan tidak selalu formal. Hal ini membangun keyakinan bahwa dakwah dapat menjadi ruang yang menyenangkan tanpa kehilangan fungsi pembinaan moral. Dengan kata lain, representasi ulama muda modern menormalisasi perjumpaan antara kesalehan, humor, lokalitas, dan teknologi digital.

Makna lain yang penting adalah representasi religiusitas yang bersifat kolektif. Video tidak hanya menampilkan Gus Iqdam sebagai individu, tetapi juga komunitas jamaah yang berkumpul, merespons, dan merayakan suasana pengajian. Religiusitas dalam video tersebut bukan praktik privat yang terpisah dari masyarakat, melainkan praktik sosial yang dibangun bersama. Sholawat, nasihat, tawa, dan kehadiran jamaah menciptakan rasa kebersamaan. Dalam ruang Youtube, kebersamaan itu diperluas menjadi komunitas virtual yang dapat menonton, membagikan, dan mendiskusikan konten. Dengan demikian, representasi citra sosial keagamaan tidak hanya menyangkut citra seorang pendakwah, tetapi juga citra komunitas dakwah yang hidup, inklusif, dan terbuka.

Pembacaan ini juga memiliki implikasi praktis bagi pengelola konten dakwah. Pertama, konsistensi simbol perlu dijaga agar citra pendakwah tidak terkesan dibuat-buat. Kedua, penggunaan bahasa lokal dapat menjadi kekuatan apabila tetap disertai kejelasan pesan. Ketiga, humor perlu ditempatkan sebagai jembatan komunikasi, bukan tujuan utama yang mengaburkan substansi agama. Keempat, interaksi dengan jamaah sebaiknya dipelihara karena kedekatan sosial merupakan modal penting dalam dakwah digital. Kelima, nilai keikhlasan dan tanggung jawab moral perlu selalu hadir agar dakwah tidak terjebak dalam logika popularitas semata. Dengan prinsip tersebut, konten dakwah dapat memanfaatkan media modern tanpa kehilangan orientasi spiritual.

Dengan tambahan pembacaan tersebut, semakin jelas bahwa representasi citra sosial keagamaan Gus Iqdam bersifat multidimensional. Ia tidak hanya muncul sebagai ulama muda yang populer, tetapi sebagai figur yang menggabungkan simbol religius, tradisi pesantren, bahasa lokal, humor, empati, dan kesadaran etis terhadap dakwah. Youtube menjadi medium yang memperlihatkan sekaligus memperluas citra tersebut. Di satu sisi, platform membantu pesan menjangkau audiens luas. Di sisi lain, platform membuat

setiap tanda menjadi bahan penilaian publik. Oleh karena itu, citra keagamaan dalam dakwah digital selalu bergerak antara otoritas, kedekatan, performa, dan penerimaan sosial.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada fokus objek yang hanya menggunakan satu video. Namun, pembatasan tersebut justru memberi ruang untuk membaca tanda secara lebih mendalam. Dalam penelitian kualitatif interpretatif, kedalaman analisis lebih penting daripada jumlah data yang banyak tetapi dibaca secara permukaan. Satu video dapat dipahami sebagai teks yang padat karena di dalamnya terdapat lapisan visual, verbal, nonverbal, sosial, dan kultural. Setiap lapisan memberi petunjuk tentang bagaimana citra keagamaan dibentuk. Karena itu, temuan penelitian ini tidak diarahkan untuk menyimpulkan seluruh karakter dakwah Gus Iqdam, melainkan untuk menunjukkan pola representasi yang tampak pada video yang dianalisis dan dapat menjadi dasar bagi kajian lanjutan.

Konteks lokal juga menjadi unsur penting dalam pembentukan makna. Bahasa Jawa, tradisi pengajian, suasana majelis, serta simbol pesantren memiliki makna yang khas dalam masyarakat Islam Indonesia, khususnya lingkungan yang akrab dengan tradisi Nahdlatul Ulama dan pesantren. Jika tanda yang sama dibaca oleh audiens dari latar budaya berbeda, maknanya dapat mengalami pergeseran. Misalnya, humor berbahasa Jawa mungkin terasa sangat dekat bagi jamaah lokal, tetapi perlu penafsiran tambahan bagi penonton yang tidak memahami bahasa tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa representasi di media digital bersifat terbuka: ia dapat melintasi ruang, tetapi tetap membawa jejak budaya tempat konten itu diproduksi.

Keberadaan komentar, jumlah penonton, dan persebaran ulang di media sosial sebenarnya juga dapat menjadi data penting untuk membaca penerimaan audiens. Akan tetapi, artikel ini tidak menempatkan resepsi penonton sebagai fokus utama. Fokus penelitian tetap berada pada teks video dan tanda-tanda yang membangun citra. Meski demikian, secara konseptual dapat dipahami bahwa representasi tidak selesai pada proses produksi. Setelah video diunggah, audiens ikut memberi makna melalui komentar, potongan ulang, unggahan ulang, dan percakapan digital. Dengan demikian, citra sosial keagamaan selalu berpotensi mengalami perluasan, penguatan, atau bahkan perdebatan setelah konten masuk ke ruang publik digital.

Dalam praktiknya, citra ulama di media digital tidak selalu stabil. Citra dapat menguat ketika simbol, pesan, dan perilaku sosial berjalan konsisten, tetapi dapat melemah ketika terjadi ketidaksesuaian antara representasi dan tindakan nyata. Oleh karena itu, dakwah digital menuntut tanggung jawab komunikasi yang lebih tinggi. Setiap ucapan dapat direkam, dipotong, dan disebar ulang.

Setiap ekspresi dapat dimaknai oleh audiens yang beragam. Situasi ini membuat pendakwah perlu lebih sadar terhadap etika komunikasi media. Gus Iqdam dalam video yang dianalisis memperlihatkan bahwa gaya santai tetap dapat dibingkai dalam kesantunan, sehingga humor tidak menghilangkan bobot pesan moral.

Oleh karena itu, dakwah digital merupakan arena perjumpaan antara agama, budaya, teknologi, dan identitas. Youtube memberi peluang besar bagi dakwah untuk hadir di ruang hidup masyarakat modern, tetapi peluang tersebut harus diimbangi dengan pemahaman terhadap cara media bekerja. Citra sosial keagamaan tidak lahir secara otomatis dari status pendakwah, melainkan dari rangkaian tanda yang terus-menerus ditampilkan dan ditafsirkan. Dalam kasus Gus Iqdam, rangkaian tanda tersebut menghasilkan citra yang relatif kuat: ulama muda yang sederhana, dekat dengan jamaah, mengakar pada tradisi, komunikatif, dan mampu menerjemahkan nilai agama ke dalam bahasa sosial yang mudah dipahami.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis, konten dakwah Gus Iqdam dalam video Cukup Jadikan Sholawat Sebagai Pegangan Hidupmu merepresentasikan citra sosial keagamaan melalui rangkaian tanda visual, verbal, dan nonverbal. Tanda visual tampak pada busana putih, peci, sorban, suasana majelis, dan kehadiran jamaah. Tanda verbal muncul melalui penggunaan bahasa Indonesia dan Jawa, humor, nasihat tentang sholawat, penghormatan kepada ulama, serta penegasan nilai keikhlasan dalam berdakwah. Tanda nonverbal hadir melalui ekspresi ramah, gestur terbuka, intonasi yang santai, dan pola interaksi yang membangun kedekatan dengan jamaah. Keseluruhan tanda tersebut memperlihatkan bahwa citra sosial keagamaan tidak hanya dibentuk oleh isi ceramah, tetapi juga oleh cara pesan agama ditampilkan dalam format audiovisual.

Pada tingkat denotasi, video tersebut memperlihatkan kegiatan dakwah di majelis pengajian. Pada tingkat konotasi, tanda-tanda yang muncul membangun makna kesalehan, kesederhanaan, kedekatan sosial, otoritas pesantren, keikhlasan, dan komunikasi yang humanis. Pada tingkat mitos, konten tersebut membentuk pandangan bahwa ulama muda ideal di era digital adalah figur yang mampu mempertahankan tradisi keagamaan sekaligus beradaptasi dengan budaya media baru. Gus Iqdam direpresentasikan sebagai pendakwah yang komunikatif, dekat dengan masyarakat, mampu menyampaikan pesan moral dengan bahasa sederhana, dan tetap menjaga legitimasi religius melalui simbol serta nilai pesantren.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, Y. (2025). Dari mimbar ke platform digital: Transformasi dakwah Islam di YouTube dan TikTok. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(4), 427-444. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v10i4.54467>
- Azizah, K. (2024). Strategi dakwah Gus Iqdam pada channel Youtube Gus Iqdam Official. *QAULAN: Journal of Islamic Communication*, 5(1), 48-69. <https://doi.org/10.21154/qaulan.v5i1.7785>
- Barthes, R. (2006). *Mythologies*. New York: Hill and Wang.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publication.
- Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai media dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63-80. <https://doi.org/10.24256/pal.v6i1.2003>
- Hermawan, T., Chidayah, P. P. N., & Nase. (2025). Dramaturgi Tabligh Ustad Dede Dendi Di Masyarakat Adat Banten. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(2), 145–164.
- Mufrida, I., & Pratiwi, C. S. (2025). Analisis Dampak Dakwah Gus Iqdam Terhadap Dinamika Sosial Dan Keagamaan: Studi Kasus Pada Masyarakat Karanggayam Blitar. *Ikhlas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Islam*, 2(3), 302-319. <https://doi.org/10.61132/ikhlas.v2i3.1176>
- Nabila, W. M., dkk. (2023). Pengaruh konten dakwah terhadap Gen Z dan milenial. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 09-21. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.145>
- Nuraeni, H. A., & Kurniasih, N. (2021). The role of social media da'wah in improving individual piety during the COVID-19 pandemic. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15(2), 343–364. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v15i2.15734>
- Obianto, A., & Nabhan, M. Y. (2025). Strategi komunikasi dakwah interpersonal: Analisis dokumentasi dakwah Gus Muhammad Iqdam Kholid di Youtube. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 16(2), 86-117. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v16i2.3796>
- Rohman, A. N. (2024). Commodification model of media da'wah on Youtube channel Yuk Ngaji TV. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*.

- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods. Los Angeles: Sage Publication.