

NARASI HADIS TENTANG KEUTAMAAN BULAN DZULHIJjah DALAM DAKWAH DIGITAL: ANALISIS KONTEN SHORTS YOUTUBE USTADZ MUHAMMAD NUZUL DZIKRI

Zulfirman Manik

Institut Agama Islam Padang Lawas

Email: zulfirman@iaipadanglawas.ac.id

Fadhila Reza

Universitas Islam Sumatera Utara

Email: fadhilareza27@gmail.com

Andy Ibrahim Sihite

Universitas Islam Sumatera Utara

Email: andyibrahim0@gmail.com

Mawardah Panjaitan

Universitas Islam Sumatera Utara

Email: mawardahm591@gmail.com

Septian Pratama Maulana

Universitas Islam Sumatera Utara

Email: septianpra0927@gmail.com

ABSTRACT

The advancement of digital da'wah across various social media platforms has led to a fundamental shift in how Islamic teachings are communicated, particularly through short-form video formats such as YouTube Shorts, which have become increasingly popular among contemporary internet users. This format allows religious messages to be delivered rapidly, concisely, and in highly accessible ways, requiring preachers to adapt their communication methods to the fast-paced and visually driven nature of digital media. In this context, it is essential to examine how hadith-based Islamic narratives are constructed, formulated,

and adapted within media formats that are extremely limited in duration yet demand clarity and audience engagement. This study aims to analyze the construction of hadith narratives on the virtues of the month of Dhu al-Hijjah in the YouTube Shorts content produced by Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, focusing on hadith selection, presentation patterns, rhetorical strategies, and their potential influence on audience comprehension. The study employs a qualitative approach using content analysis, with data obtained through participant observation, documentation, and in-depth analysis of several relevant videos. The findings indicate that Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri effectively constructs the narrative on Dhu al-Hijjah's merits by selecting authentic hadiths, presenting them thematically, and employing communicative, concise, and audience-friendly language. This adaptation demonstrates that Islamic scholarly authority can be integrated efficiently into digital da'wah formats aligned with modern media consumption behaviors.

Keywords: Digital Da'wah, Hadith, YouTube Shorts, Dzulhijjah

ABSTRAK

Perkembangan dakwah digital melalui berbagai platform media sosial telah membawa perubahan mendasar dalam pola penyampaian ajaran Islam, termasuk melalui format video pendek seperti YouTube Shorts yang kini banyak diminati oleh generasi pengguna internet. Format ini memungkinkan pesan keagamaan dikemas secara cepat, padat, dan mudah diakses, sehingga menuntut para dai untuk mampu menyesuaikan metode penyampaiannya dengan karakteristik media yang serba instan. Dalam konteks tersebut, penting untuk mengkaji bagaimana narasi keislaman berbasis hadis dibangun, diformulasikan, dan diadaptasikan ke dalam format yang sangat terbatas secara durasi namun menuntut kejelasan dan daya tarik visual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah dalam konten YouTube Shorts Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, dengan fokus pada pemilihan hadis, pola penyajian, strategi retoris, serta potensi pengaruhnya terhadap pemahaman audiens. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis isi, sedangkan data diperoleh melalui observasi partisipatif, dokumentasi, serta analisis mendalam terhadap beberapa video relevan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri berhasil menyusun narasi keutamaan bulan Dzulhijjah melalui seleksi hadis sahih, penyajian tematik, dan penggunaan bahasa yang komunikatif, ringkas, serta mudah diterima oleh audiens digital. Adaptasi ini menegaskan bahwa otoritas keilmuan Islam mampu diintegrasikan secara efektif ke dalam format dakwah digital yang sesuai dengan pola konsumsi masyarakat modern.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Hadis, YouTube Shorts, Dzulhijjah

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah menghadirkan transformasi besar dalam cara dakwah disampaikan dan diterima oleh masyarakat.¹ Format komunikasi yang serba cepat, visual, dan ringkas seperti YouTube Shorts menjadi ruang baru bagi para dai dalam menjangkau generasi digital yang cenderung lebih responsif terhadap konten singkat dan mudah dicerna.² Fenomena ini mencerminkan pergeseran dari pola ceramah tradisional yang bersifat panjang dan mendalam menuju model dakwah berbasis media baru yang menuntut efektivitas pesan dalam durasi yang sangat terbatas.³ Di tengah perubahan tersebut, muncul pertanyaan penting mengenai bagaimana ajaran Islam, khususnya hadis, dapat dikemas secara komunikatif, menarik, dan relevan tanpa mengorbankan otoritas keilmuan dan integritas sumbernya. Tantangan ini menuntut para pendakwah untuk mampu mengadaptasi metode penyampaian yang sesuai dengan karakteristik media digital, sekaligus memastikan bahwa substansi ajaran tetap terjaga dan tidak mengalami penyederhanaan yang berlebihan.⁴

¹ Bayu Gunawan, Marwa Aryani, dan Nashrillah MG, “Transformasi Ruang Lingkup Dakwah di Media Sosial,” *Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 2, no. 2 (30 November 2024): 1216–27, <https://doi.org/10.57235/jerumi.v2i2.4260>.

² Nurhayati Nurhayati et al., “Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial,” *JURNAL SYLAR-SYLAR* 5, no. 1 (18 Mei 2025): 43–56, <https://doi.org/10.36490/siar.v5i1.1732>.

³ Mukhlissal Hasbi, Sucitra Sucitra, dan Aris Fadillah, “Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital,” *Journal of Innovative and Creativity (Joey)* 4, no. 2 (27 September 2024): 17–23, <https://doi.org/10.31004/joey.v4i2.135>.

⁴ Yuntarti Istiqomalia, “Metode Dakwah Dalam Menghadapi Perkembangan Budaya Populer,” *INTELEKSLA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (6 Desember 2022): 361–78, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i2.252>.

Salah satu momen penting dalam kalender Islam yang sering menjadi materi dakwah adalah bulan Dzulhijjah. Bulan ini memiliki sejumlah keutamaan yang bersumber dari berbagai hadis Nabi Saw, sehingga menjadi tema yang relevan untuk diangkat dalam berbagai bentuk penyampaian keagamaan. Namun ketika materi keutamaan Dzulhijjah disampaikan di ruang digital, khususnya melalui format video pendek, terdapat potensi reduksi makna, penyederhanaan berlebihan, atau pengabaian konteks hadis. Format yang sangat terbatas durasinya sering kali menuntut ringkasnya pesan, sehingga berpengaruh pada cara narasi keagamaan dikonstruksi.⁵ Oleh karena itu, diperlukan analisis kritis mengenai bagaimana narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah dibangun dalam dakwah digital, termasuk pola seleksi hadis, cara pengemasan informasi, serta strategi retoris yang digunakan untuk menarik minat audiens. Selain itu penting pula untuk memahami bagaimana pendekatan penyampaian tersebut mempengaruhi persepsi dan pemahaman audiens muslim masa kini, yang cenderung mengakses pengetahuan agama melalui media visual cepat.

Berbagai studi sebelumnya telah mengangkat isu dakwah digital dan resensi hadis dalam konteks media sosial, yang menunjukkan adanya dinamika baru dalam proses penyebaran, penghayatan, dan pemaknaan ajaran Islam di ruang virtual. Setiawan (2024), dalam penelitiannya tentang resensi hadis di media sosial, menyoroti bagaimana hadis-hadis tersebar luas namun seringkali disertai interpretasi yang lepas dari konteks keilmuan, sehingga berpotensi menimbulkan pemahaman yang kurang tepat.⁶ Sementara itu, Syafiuddin et al. (2024) mengenai living hadis dalam animasi *Melawan Begal* di kanal YouTube Culapculip menunjukkan bagaimana hadis dapat diaktualisasikan kembali melalui narasi

⁵ Akbar Rizquni Mubarok dan Sunarto Sunarto, “Moderasi Beragama di Era Digital: Tantangan dan Peluang,” *Journal of Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (31 Januari 2024): 1–11, <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.1.1-11>.

⁶ Raegil Albert Setiawan, “Resensi Hadis Pada Platform Media Sosial : Studi Kritis Tentang Penyebaran Dan Interpretasi Hadis Di Era Digital,” *Musnad: Jurnal Ilmu Hadis* 2, no. 1 (2024).

visual populer yang sarat pesan moral, sehingga mampu menjangkau audiens muda dengan pendekatan yang kreatif dan kontekstual.⁷ Penelitian Sa'diyah et al. (2023) tentang film pendek *Nyentri* juga menampilkan bagaimana dimensi informatif dan performatif hadis dapat dipadukan dalam medium sinema, menciptakan pengalaman religius yang lebih afektif dan mendalam bagi penonton.⁸

Di sisi lain, penelitian oleh Zunda dan Nurita (2023) menganalisis pemahaman terhadap hadis riwayat Sunan al-Tirmidzi dalam kaitannya dengan fenomena *hate speech* di media sosial, menegaskan pentingnya kontekstualisasi makna hadis dalam ranah digital.⁹ Najibullah et al. (2023) mengkaji pembelajaran dakwah dalam konten YouTube *Kata Ustadz*, yang menekankan unsur emosional dalam pendekatan dakwah berbasis visual digital.¹⁰ Selain itu, Rosyad dan Alif (2023) dalam tulisannya tentang “Hadis di Era Digital” menyoroti tantangan otentisitas dan peluang edukatif dari penggunaan teknologi dalam studi hadis, yang membuka ruang baru bagi penyampaian ajaran Islam yang lebih adaptif.¹¹ Daffa (2022) mengkaji pemahaman hadis dalam konteks komunikasi digital, menyoroti bagaimana media sosial menjadi sarana yang

⁷ Syafiuddin Syafiuddin Syafiuddin et al., “Resepsi Hadis Dalam Animasi ‘Melawan Begal’ Di Channel Youtube Culapculip,” *Musnad : Jurnal Ilmu Hadis* 2, no. 1 (23 Juli 2024): 253, <https://doi.org/10.56594/musnad.v2i1.278>.

⁸ Mohammad; Takwallo; Annisa. Sa'diyah, Fatichatus; Lutfianto, “Aspek Informatif Performatif Hadis Shuhrah Dalam Film Nyentri: Film Pendek Dari Hadis Rasulullah Saw,” *Musnad : Jurnal Ilmu Hadis* 1, no. 2 (2023): 175–92.

⁹ Andris Nurita Nur Zunda Zubaidah, “Pemahaman Hadis Riwayat Sunan Al-Tirmidhi Nomor Indeks 1977 Dan Relevansinya Terhadap Fenomena Hate Speech Di Media Sosial” 1, no. 1 (2023): 60–883, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56594/musnad.v1i1.120>.

¹⁰ Zahra Asyidda Najibullah et al., “Analisis Pembelajaran Dakwah Dalam Konten Youtube Kata Ustadz Episode ‘Anak Muda Menangis Saat Melihat Gambaran Hari Kiamat,’” *Student Scientific Creativity Journal* 1, no. 1 (22 Januari 2023): 332–44, <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i1.1131>.

¹¹ Sabilar Rosyad dan Muhammad Alif, “Hadis di Era Digital: Tantangan dan Peluang Penggunaan Teknologi dalam Studi Hadis,” *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, dan Fenomena Agama* 24, no. 2 (1 Desember 2023): 185–97, <https://doi.org/10.19109/jia.v24i2.18979>.

strategis namun juga penuh tantangan dalam menyampaikan pesan keagamaan.¹² Pratama et al. (2022) juga mencermati peran dakwah digital dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui berbagai platform media, dengan menekankan pada strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens daring.¹³

Kesenjangan penelitian terlihat pada belum adanya kajian yang secara fokus menganalisis konstruksi narasi hadis tematik dalam format dakwah digital berdurasi pendek, khususnya mengenai keutamaan bulan Dzulhijjah. Padahal format ini semakin populer dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk pemahaman keagamaan masyarakat digital. Keterbatasan durasi yang hanya beberapa puluh detik menuntut penyampaian hadis yang ringkas namun tetap akurat, sehingga menarik untuk diteliti bagaimana para dai mengonstruksi pesan agama dalam ruang yang begitu terbatas. Penelitian ini hadir untuk menutup kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri, sebagai salah satu dai digital yang aktif memproduksi konten YouTube Shorts, membangun narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah secara sistematis, otoritatif, dan komunikatif. Artikel ini menawarkan kebaruan dalam hal objek, format media, dan fokus tematik yang belum banyak dibahas dalam kajian sebelumnya, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi dakwah digital dan mediatisasi hadis di era media sosial.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah dalam konten YouTube Shorts Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Penelitian ini secara khusus mengkaji

¹² Muhammad Daffa, “Analysis Of Hadith Understanding Of Social Media Phenomena As A Communication Tool In The Digital Era,” *Riwayah: Jurnal Studi Hadis* 8, no. 1 (16 Juni 2022): 69, <https://doi.org/10.21043/riwayah.v8i1.11209>.

¹³ Andy Riski Pratama et al., “Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital,” *Tabayyun* 5, no. 1 (30 September 2024), <https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68>.

bagaimana hadis-hadis dipilih, ditafsirkan, dan dikemas dalam format video pendek, serta bagaimana strategi retorika dan penyampaian digunakan untuk menjangkau audiens digital. Permasalahan yang dikaji mencakup aspek keilmuan (validitas dan pemahaman hadis), aspek media (format dan durasi), dan aspek komunikasi dakwah (efektivitas penyampaian pesan). Penelitian ini penting karena dapat memberikan pemahaman baru mengenai cara dakwah berbasis hadis beradaptasi dengan media digital modern, serta berkontribusi pada pengembangan studi dakwah, ilmu hadis, dan komunikasi Islam kontemporer. Kontribusi artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para dai, akademisi, dan praktisi media dakwah dalam mengembangkan strategi penyampaian yang relevan dengan dinamika dakwah masa kini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi analisis isi (content analysis) untuk mengkaji konstruksi narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah dalam konten YouTube Shorts Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menelaah makna, simbol, serta strategi komunikasi yang terkandung dalam pesan-pesan dakwah digital secara mendalam dan kontekstual. Objek utama penelitian ini adalah video YouTube Shorts yang secara eksplisit membahas keutamaan bulan Dzulhijjah dan diunggah pada akun resmi Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri. Penulis melakukan observasi partisipatif dan dokumentasi terhadap konten tersebut untuk memperoleh data primer, kemudian mendeskripsikan dan menginterpretasikan pesan dakwah berbasis hadis yang dikonstruksi dalam video. Analisis dilakukan dengan menelaah tiga aspek utama: pemilihan hadis, pola penyajian narasi, dan strategi retoris yang digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah secara singkat namun bermakna. Dalam proses analisis, peneliti juga mempertimbangkan konteks sosial dakwah digital, serta karakteristik platform YouTube Shorts sebagai medium penyebaran.

Pembahasan

Profil Akun Youtube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri

Akun YouTube Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri merupakan salah satu kanal dakwah digital yang tumbuh signifikan di tengah berkembangnya tren konsumsi konten keislaman secara daring. Pada tanggal 9 Juni 2025, penulis menelusuri akun tersebut dan mendapati bahwa telah memiliki 819 ribu subscriber serta 4,3 ribu video yang telah diunggah. Deskripsi akun menyebut bahwa kanal ini “dikelola oleh admin,” yang menunjukkan adanya pembagian peran antara dai dan tim media. Ini menandakan bahwa dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Dzikri telah memasuki tahap institusionalisasi, di mana aktivitas dakwah tidak lagi bersifat individual dan tradisional, tetapi telah didukung oleh tim produksi dan pengelola digital. Pola ini mencerminkan transformasi dakwah ke dalam format industri konten religius yang memadukan keilmuan Islam dengan strategi komunikasi digital modern. Dengan pengelolaan semacam ini, Ustadz Dzikri tidak hanya memposisikan diri sebagai dai, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam ranah dakwah digital kontemporer.

Dari sisi konten, judul-judul video yang ditampilkan memperlihatkan kecenderungan untuk mengangkat tema-tema yang berakar pada hadis saih, namun dikemas dalam format yang persuasif dan menggugah. Misalnya, judul video seperti “*Sambutlah Undangan-Nya*”, “*Adakah Jalan yang Lebih Indah dari Ini?*”, dan “*Beramal di Dunia Menuai di Akhirat*” memperlihatkan narasi dakwah yang tidak kaku atau eksklusif, melainkan terbuka, reflektif, dan mengundang audiens untuk merenung secara personal. Pilihan judul yang bernuansa inspiratif ini berfungsi sebagai pintu masuk yang efektif untuk menarik perhatian sekaligus membangun kedekatan emosional dengan penonton. Narasi tersebut mencerminkan pemahaman yang baik terhadap karakteristik audiens digital, yang cenderung mencari pesan-pesan spiritual yang relevan dengan pengalaman sehari-hari, disampaikan secara singkat

namun tetap sarat makna.¹⁴ Strategi yang digunakan tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga pada pembentukan pengalaman religius yang lebih intim dan memotivasi. Pendekatan ini menegaskan bahwa konstruksi narasi dakwah di era digital tidak hanya bergantung pada ketepatan rujukan hadis, tetapi juga pada kemampuan mengolah pesan agar tetap komunikatif, terasa dekat, dan sesuai dengan pola konsumsi konten masyarakat modern.¹⁵

Selain itu, pendekatan visual yang digunakan dalam video menunjukkan konsistensi pada estetika minimalis dan elegan. Penggunaan warna-warna monokromatik dengan penekanan pada teks judul menjadi ciri khas yang memberikan kesan profesional tanpa terkesan berlebihan. Desain visual yang bersih, terstruktur, dan tidak dipenuhi elemen dekoratif yang mengganggu ini sangat selaras dengan preferensi estetika generasi milenial dan Gen Z, yang umumnya lebih menyukai tampilan yang rapi, sederhana, dan modern.¹⁶ Estetika visual yang demikian tidak hanya berfungsi sebagai elemen pemanis, tetapi juga memperkuat persepsi kredibilitas dan keseriusan konten dakwah yang disampaikan. Tampilan yang konsisten dan berkualitas membantu membangun kepercayaan audiens, sekaligus membuat pesan keagamaan lebih mudah diikuti dan dipahami.¹⁷ Dalam konteks penyampaian narasi

¹⁴ Ibnu Kasir dan Syahrul Awali, “Peran Dakwah Digital dalam Menyebarluaskan Pesan Islam di Era Modern,” *Jurnal An-nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (30 Juni 2024): 59–68, <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>.

¹⁵ Abu Bakar et al., “Pemaknaan Hadis-Hadis Tentang Zuhud Di Media Sosial : Studi Kasus Akun Instagram Aa Gym,” *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26, no. April (2023): 59–74, <https://doi.org/10.22373/substantia.v26i1.23009>.

¹⁶ Faisol Hakim dan Harapandi Dahri, “Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam,” *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5, no. 1 (4 Mei 2025): 187–206, <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>.

¹⁷ Zanzibar Zanzibar, “Estetika dan Etika dalam Dakwah Digital: Studi pada Desain konten Islami di Instagram,” *ASIA-PACIFIC JOURNAL OF PUBLIC POLICY* 10, no. 1 (14 Juni 2024): 89–100, <https://doi.org/10.52137/ajpp.v10i1.227>.

hadis di ruang digital, strategi visual ini menjadi bagian integral yang mendukung efektivitas komunikasi.¹⁸ Memadukan kesederhanaan visual, profesionalisme desain, dan penekanan kuat pada pesan inti, pendekatan ini berhasil menciptakan pengalaman dakwah yang tidak hanya informatif, tetapi juga estetis dan menarik secara emosional.

Keunggulan kanal ini juga terlihat dari konsistensinya dalam menjadikan hadis sebagai fondasi utama setiap penyampaian dakwah. Hampir di seluruh video, Ustadz Dzikri memulai penjelasan dengan membacakan hadis secara lengkap, disertai penyebutan sanad, perawi, dan sumber rujukannya sebagai bentuk verifikasi keilmuan. Praktik ini menunjukkan komitmen kuat terhadap akurasi teks dan tanggung jawab ilmiah, sehingga penonton tidak hanya menerima pesan spiritual, tetapi juga mendapatkan konteks dan legitimasi sumber yang jelas. Pendekatan tersebut menegaskan bahwa kanal ini tidak semata-mata berorientasi pada popularitas atau viralitas konten, melainkan tetap menjunjung tinggi integritas ilmiah dalam menyampaikan ajaran Islam. Di tengah maraknya penyebaran hadis tanpa sumber yang valid di media sosial, konsistensi ini menjadi nilai lebih yang memperkuat kredibilitas dakwah yang disampaikan. Kekuatan utama narasi hadis dalam kanal ini terletak pada kemampuannya menggabungkan validitas ilmiah dengan kemasan komunikasi yang ringkas, menarik, dan relevan dengan karakter media sosial. Perpaduan antara otoritas keilmuan dan gaya penyampaian yang komunikatif menjadikan pesan dakwah tidak hanya sahih dari sisi sumber, tetapi juga efektif dalam menjangkau dan mempengaruhi audiens digital masa kini.¹⁹

¹⁸ Zanzibar Zanzibar, “Estetika Dan Etika Dalam Dakwah Digital: Studi Pada Desain Konten Islami Di Instagram,” *Asia-Pacific Journal Of Public Policy* 10, No. 1 (14 Juni 2024): 89–100, [Https://Doi.Org/10.52137/ApJPP.V10i1.227](https://Doi.Org/10.52137/ApJPP.V10i1.227).

¹⁹ Harisun Fuad et al., “Transformasi Otoritas Periwayatan Hadis di Era Digital Tren Validasi Otomatis dan Implikasinya terhadap Studi Hadis,” *Journal*

Profil akun YouTube Ustadz Dzikri memperlihatkan pertemuan yang harmonis antara otoritas keilmuan Islam dan kemampuan beradaptasi dengan dinamika dakwah digital. Kanal tersebut menjadi contoh bagaimana narasi hadis dapat disajikan secara relevan, terstruktur, dan tetap mendalam tanpa mengurangi esensi dan akurasi keilmuannya. Dengan memanfaatkan potensi media sosial sebagai ruang dakwah yang interaktif, Ustadz Nuzul Dzikri mampu menghadirkan konten-konten hadis yang tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif dan aplikatif untuk kehidupan sehari-hari umat Islam. Pendekatan ini menunjukkan bahwa dakwah digital dapat tetap menjaga kualitas ilmiah sekaligus memenuhi kebutuhan audiens yang menginginkan pesan singkat, jelas, dan mudah dipahami. Konsistensi dalam penyampaian, baik dari sisi pemilihan hadis maupun strategi komunikasinya, menjadikan kanal ini sebagai model dakwah yang profesional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan karakteristik media sosial masa kini. Kanal youtube tersebut menjadi objek penting untuk memahami bagaimana hadis dikonstruksi, dihidupkan, dan dikomunikasikan ulang di ruang publik digital.²⁰

Kontruksi Narasi Hadis tentang Keutamaan Bulan Dzulhijjah

Dalam konteks dakwah digital, pemilihan dan penyampaian Hadis menjadi aspek krusial yang menentukan kualitas serta kredibilitas konten keislaman. Hadis sebagai sumber ajaran Islam kedua setelah Alquran memiliki kedudukan yang fundamental dalam menyampaikan nilai-nilai moral, hukum, dan spiritual.²¹ Oleh

of Innovative and Creativity (Joecy) 5, no. 2 (2 Juli 2025): 10345–54, <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.1609>.

²⁰ Fadlika Laili Rahmah et al., “Navigasi Spiritual di Era Digital: Analisis Konten Cyberreligion dalam Media Sosial,” *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan* 6, no. 2 (11 Desember 2024): 177–92, <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.14300>.

²¹ Sony Tian Dhora et al., “Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru ‘e-Jihad’ atau Latah Bersosial Media,” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17, no. 1 (29 Januari 2023): 306, <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>.

sebab itu, ketika hadis dijadikan landasan utama dalam konten ceramah digital, dibutuhkan kehati-hatian bukan hanya dalam memastikan validitas dan keotentikannya, tetapi juga dalam menentukan cara penyampaian yang tepat.²² Namun dakwah digital tidak hanya menuntut keakuratan sumber, tetapi juga menuntut adanya strategi dalam pemilihan hadis yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Tantangan dakwah digital tidak berhenti pada aspek keilmuan semata. Para pendakwah juga dituntut memiliki kemampuan memilih hadis yang relevan dengan kebutuhan, konteks, serta karakteristik audiens yang sangat beragam di ruang digital. Kualitas dakwah tidak hanya bergantung pada kebenaran materi, tetapi juga pada strategi komunikasi yang mampu menjembatani pesan hadis agar tetap bermakna, mudah dipahami, dan tidak kehilangan esensi ketika dihadirkan dalam format yang serba cepat dan ringkas.²³

Berdasarkan hasil penelusuran penulis, terdapat 3 video konten ceramah shorts dalam akun youtube Ustadz Dzikri. Pada video pertama berdurasi 79 detik, Ustadz Dzikri membangun narasi keislaman yang kuat dengan menjadikan hadis tentang keutamaan sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah sebagai fondasi utamanya. Narasi tersebut dikonstruksi dengan mengutip sabda Nabi Muhammad Saw yang menyatakan bahwa tidak ada hari-hari di mana amal saleh lebih dicintai Allah selain pada sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah. Meskipun sumber periyawatan tidak secara eksplisit disebutkan dalam video, hadis ini dikenal sebagai hadis sahih yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari.²⁴ Pemilihan hadis ini menunjukkan ketepatan strategi dakwah Ustadz Dzikri

²² Jung Nurshabah Natsir Mb, “Analisis Kualitas Hadis Dan Ketepatan Penyandaran Dalil Pada Ceramah Ustaz Maulana,” *Al Isnad: Journal Of Indonesian Hadith Studies* 2, No. 2 (9 Desember 2022): 76–88, [Https://Doi.Org/10.51875/Alisnad.V2i2.116](https://doi.org/10.51875/Alisnad.V2i2.116).

²³ Wahyu Budiantoro, “Dakwah di Era Digital,” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 2 (13 April 2018): 263–81, <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>.

²⁴ Abū ‘Abdillāh Muḥammad bin Ismā’īl Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*, ed. oleh Muṣṭafā Dīb Al-Bugā (Damaskus: Dār Ibnu Kašīr, 1993).

dalam menonjolkan momentum ibadah yang sangat dianjurkan dalam tradisi Islam. Selain menyampaikan teks hadis, beliau juga mengemas pesan tersebut secara singkat dan persuasif, sehingga audiens dengan mudah menangkap urgensi beramal saleh pada waktunya tersebut.

Penyusunan narasi dalam video tersebut dimulai dengan sebuah pertanyaan retoris yang mengajak audiens merenungkan apakah mereka benar-benar memahami kemuliaan bulan Dzulhijjah. Strategi pembuka seperti ini efektif untuk membangun kedekatan emosional sekaligus mempersiapkan audiens menerima pesan inti yang akan disampaikan. Setelah membangun suasana reflektif, Ustadz Dzikri kemudian menyampaikan isi hadis secara ringkas namun tegas, memastikan bahwa inti ajaran dapat ditangkap dengan jelas meskipun dalam durasi yang singkat. Selanjutnya beliau mengaitkan hadis tersebut dengan praktik keagamaan yang relevan bagi kehidupan muslim masa kini, seperti memperbanyak amal saleh, salat sunnah, sedekah, dan zikir. Penyampaian ini tidak hanya bersifat informatif atau normatif, tetapi juga membangun sense of urgency spiritual melalui nada yang tenang namun penuh penekanan. Gaya penyampaian tersebut mendorong audiens untuk tidak sekadar mengetahui, tetapi juga terdorong untuk melakukan tindakan nyata. Format pendek video tidak mengurangi bobot pesan, melainkan justru memperkuatnya melalui fokus pada satu hadis yang ditafsirkan secara aplikatif.

Sementara itu pada video kedua yang berdurasi 67 detik, Ustadz Dzikri membangun narasi dengan pendekatan yang lebih praktikal dan langsung menyentuh kehidupan sehari-hari audiens. Ia menekankan urgensi untuk menata ulang prioritas ibadah di awal bulan Dzulhijjah, seraya menyerukan agar kaum Muslimin menyambut sepuluh hari pertama bulan tersebut sebagaimana mereka menyambut datangnya Ramadan, penuh kesiapan spiritual, kesungguhan, dan semangat memperbanyak amal saleh. Dalam penjelasannya, Ustadz Dzikri juga menghadirkan konteks kontemporer dengan menyinggung kendala umum yang sering

terjadi, seperti kelalaian terhadap waktu-waktu utama yang seharusnya dimaksimalkan untuk beribadah. Ia mendorong audiens untuk melakukan evaluasi diri, menyadari potensi kelalaian, dan memperbaiki kualitas ibadah pada momentum mulia ini. Gaya tuturnya tetap konsisten: tenang, terukur, namun sarat penekanan moral sehingga pesan praktis yang disampaikan terasa kuat dan relevan.

Narasi yang disampaikan dalam video tersebut memperlihatkan pola penyusunan pesan yang terstruktur dan efektif. Ustadz Dzikri memulai dengan pembukaan yang mampu membangkitkan perhatian, biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan reflektif yang mendorong audiens untuk berhenti sejenak dan merenung. Setelah perhatian tercapai, ia menguatkan pesan dengan menyertakan kutipan hadis sebagai legitimasi teks, sehingga fondasi keilmuannya tetap terjaga meskipun disampaikan dalam format digital yang sangat singkat. Struktur narasi kemudian ditutup dengan ajakan yang jelas dan aplikatif, berupa dorongan untuk mengubah sikap, meningkatkan ibadah, atau memanfaatkan momentum Dzulhijjah secara optimal. Bagian penutup ini berfungsi sebagai motivasi praktis yang relevan bagi audiens, khususnya generasi digital yang cenderung menyukai pesan langsung dan mudah diterapkan. Pemilihan diksi yang lugas, intonasi suara yang stabil namun penuh penekanan, serta gestur tubuh yang tenang tetapi tetap ekspresif, semuanya memperkuat kesan otoritatif dan meyakinkan.

Pada video ketiga yang berdurasi 78 detik, Ustadz Dzikri kembali memulai narasi dengan pertanyaan retoris, seperti “Apakah kita menyadari bahwa Dzulhijjah memiliki keutamaan yang sama dengan Ramadan?” Teknik pembuka semacam ini efektif dalam menarik perhatian sekaligus membangun keterlibatan emosional audiens sejak detik pertama. Dengan cara tersebut, penonton terdorong untuk berpikir dan merasa bahwa topik yang dibahas memiliki urgensi spiritual yang perlu diperhatikan. Setelah menciptakan fokus awal, Ustadz Dzikri kemudian menyampaikan

isi hadis dengan gaya tutur yang lebih populer, sederhana, dan tidak kaku. Meskipun begitu, ia tetap menjaga rujukan pada otoritas teks sehingga aspek keilmuan tidak hilang dalam penyampaian. Strategi ini memungkinkan pesan hadis tetap terasa otentik namun mudah dicerna, terutama oleh audiens digital yang terbiasa dengan bahasa yang ringan dan komunikatif. Penataan ulang narasi hadis dalam bentuk yang lebih kontekstual ini menunjukkan kemampuan Ustadz Dzikri untuk menghadirkan substansi keagamaan secara relevan, tanpa mengurangi bobot pesan asli.

Berdasarkan analisis terhadap tiga video YouTube Shorts Ustadz Dzikri, dapat disimpulkan bahwa konstruksi narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah dibangun secara tematik, ringkas, dan komunikatif, tetapi tetap mempertahankan otoritas keilmuan teks hadis. Setiap video secara konsisten menghadirkan satu pesan inti yang bersumber dari hadis sahih, kemudian diolah melalui pola naratif yang terstruktur dengan pembukaan yang menarik perhatian, penyampaian substansi hadis secara padat dan jelas, serta penutup berupa ajakan praktis yang mendorong refleksi dan aksi keagamaan. Pola ini menunjukkan keterampilan dalam mengadaptasi materi keislaman klasik ke dalam format digital berdurasi pendek tanpa mengorbankan keakuratan dan kedalaman makna. Ustadz Dzikri mampu menggabungkan otoritas teks dengan gaya komunikasi visual yang sesuai dengan karakter audiens media sosial masa kini, sehingga pesan hadis tetap terasa relevan, mudah dipahami, dan dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Strategi Pemilihan dan Penyajian Hadis: Singkat, Padat, dan Otoritatif

Strategi dakwah digital menuntut adanya adaptasi baru dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman, terutama yang berlandaskan hadis. Dalam ruang media yang serba cepat seperti YouTube Shorts, penyajian hadis tidak dapat dilakukan secara sembarangan, karena durasi singkat menuntut pesan yang langsung,

padat, mudah dicerna, namun tetap memiliki nilai ilmiah yang kuat.²⁵ Ustadz Dzikri tampak memahami tuntutan ini dengan baik. Ia tidak hanya memilih hadis secara acak, tetapi mengutamakan hadis-hadis yang memiliki bobot tinggi dalam tradisi keilmuan Islam, terutama yang diriwayatkan oleh imam-imam hadis otoritatif seperti Imam al-Bukhari. Pemilihan hadis tentang keutamaan sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah menunjukkan tingkat kecermatan tersebut. Tema ini bukan hanya relevan dengan waktu tayang konten, tetapi juga memiliki kedalaman nilai keagamaan yang diakui secara luas. Selain itu, tema ini memiliki daya tarik emosional dan spiritual yang kuat bagi audiens muslim, karena berkaitan dengan peluang amal saleh, peningkatan kualitas ibadah, serta momentum penguatan hubungan dengan Allah Swt.

Hadis yang dipilih dalam ketiga video YouTube Shorts sebelumnya, serta dalam berbagai konten serupa yang diunggah pada momen menjelang Dzulhijjah, umumnya memuat nilai-nilai universal yang mudah dikontekstualisasikan dengan kehidupan sehari-hari umat Islam. Salah satu contohnya adalah hadis tentang keutamaan amal saleh pada sepuluh hari pertama bulan Dzulhijjah. Hadis ini tidak hanya menarik karena isinya yang menggugah dan memotivasi, tetapi juga karena membuka ruang bagi dai untuk membangun narasi dakwah yang relevan dengan dinamika kehidupan modern, di mana masyarakat membutuhkan pesan-pesan spiritual yang langsung, praktis, dan menguatkan. Memilih hadis yang memiliki struktur pesan yang jelas, Ustadz Dzikri mampu merangkai penjelasan yang sederhana tanpa mengurangi bobot keilmuannya. Ia menyederhanakan pesan hadis ke dalam bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami oleh masyarakat awam, sehingga nilai-nilai keislaman yang terkandung di dalamnya dapat diterima dan dipraktikkan secara lebih mudah.

²⁵ Istianah Istianah, “Era Disrupsi Dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Hadis Di Media Sosial,” *Riwayah: Jurnal Studi Hadis* 6, no. 1 (27 Mei 2020): 89, <https://doi.org/10.21043/riwayah.v6i1.6861>.

Strategi penyajian yang digunakan Ustadz Dzikri dalam menyampaikan hadis menunjukkan prinsip utama efektivitas dakwah digital: singkat namun padat, sederhana namun bernilai, otoritatif namun tetap komunikatif. Dalam setiap video, struktur penyampaian disusun secara sistematis sehingga pesan yang pendek tetap memiliki alur yang jelas dan berdampak. Bagian pembukaan biasanya berisi pemantik kesadaran, berupa pertanyaan reflektif atau pernyataan yang dirancang untuk membangkitkan rasa ingin tahu dan kesadaran spiritual audiens. Teknik ini membantu menciptakan hubungan emosional dengan penonton sejak awal, sehingga mereka lebih siap menerima inti pesan. Setelah perhatian tertarik, Ustadz Dzikri menyampaikan isi hadis secara langsung dan ringkas, tanpa penjelasan yang bertele-tele. Dalam beberapa kesempatan, ia juga menyebutkan sumber periwayatan hadis sebagai bentuk penguatan otoritas ilmiah, sehingga audiens tidak hanya menerima pesan secara normatif, tetapi juga memahami bahwa teks yang disampaikan memiliki landasan keilmuan yang kuat. Bagian penutup video selalu memuat ajakan praktis atau penguatan moral yang bertujuan mendorong audiens untuk tidak sekadar memahami pesan secara intelektual, tetapi juga mengamalkannya dalam aktivitas harian. Ajakan ini sering kali dirumuskan dalam kalimat pendek namun kuat, sehingga mudah diingat dan relevan bagi kehidupan spiritual penonton.

Ustadz Dzikri tidak terlalu mengeksplorasi sanad maupun latar belakang perawi dalam video-video singkat tersebut. Pilihan ini bukan disebabkan oleh pengabaian aspek keilmuan, tetapi merupakan bentuk kesadaran terhadap keterbatasan durasi serta karakteristik audiens digital yang cenderung lebih membutuhkan pesan praktis dibanding uraian teknis. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian hadis dalam format pendek bukan sekadar meringkas materi, tetapi merupakan proses penyaringan pesan inti yang benar-benar perlu disampaikan, sambil tetap menjaga integritas makna hadis. Di sisi lain Ustadz Dzikri tetap menyebutkan sumber hadis, seperti riwayat Imam al-Bukhari, sebagai bentuk legitimasi ilmiah.

Penyebutan ini berfungsi sebagai penanda otoritas, sekaligus membedakan konten dakwah yang berbasis sumber sahih dari konten keagamaan lain yang sering kali beredar tanpa rujukan jelas. Posisi hadis tetap kokoh sebagai fondasi utama dakwah, meskipun penyampaian aspek teknis seperti kualitas sanad atau biografi perawi dialihkan ke forum yang lebih tepat, seperti kajian panjang atau majelis ilmu.

Aspek penting lain dalam strategi penyajian Ustadz Dzikri adalah kemampuannya menyesuaikan gaya bahasa dengan karakteristik audiens digital. Ia memilih diksi yang sederhana namun tepat, sehingga pesan hadis dapat diterima secara langsung tanpa memerlukan penjelasan yang bertele-tele. Intonasi suaranya stabil, tenang, dan sesekali diberi penekanan pada bagian-bagian yang dianggap penting, sehingga menciptakan alur penyampaian yang meyakinkan dan mudah diikuti. Pendekatan ini merupakan bentuk retorika visual dan auditori yang dikemas secara efisien: tidak bertumpu pada efek suara, musik, ataupun grafis yang berlebihan, melainkan pada kekuatan verbal yang jelas dan terarah. Kesederhanaan teknis ini justru memperkuat kesan wibawa dakwahnya. Penonton merasa bahwa yang disampaikan adalah inti ajaran, bukan hiburan visual. Meminimalkan gangguan visual dan fokus pada isi, Ustadz Dzikri berhasil menghadirkan suasana dakwah yang lebih khusyuk dan autentik, sesuai dengan karakter dakwah hadis yang menekankan ketelitian, ketenangan, serta kejernihan makna.

Dalam konteks YouTube Shorts yang durasinya sangat terbatas, kemampuan Ustadz Dzikri untuk menyampaikan satu hadis dengan struktur naratif yang utuh merupakan keunggulan tersendiri. Ia tidak hanya membaca teks hadis, tetapi juga merangkum inti makna, memberikan konteks singkat, dan menutupnya dengan pesan reflektif, semuanya dalam waktu kurang dari satu menit. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa strategi penyajian yang digunakan tidak bergantung pada teks hadis semata, melainkan pada teknik pengemasan pesan yang ringkas,

komunikatif, dan mudah diserap oleh audiens digital. Narasi yang dibangun Ustadz Dzikri pada akhirnya bukan hanya menyampaikan informasi keagamaan, tetapi juga menciptakan rangsangan spiritual yang dapat terinternalisasi secara cepat namun tetap kuat. Melalui alur penjelasan yang terfokus, pemilihan kata yang menenangkan, serta penekanan pada nilai praktis hadis, penonton tidak hanya memahami isi pesan, tetapi merasa ter dorong untuk merenung dan memperbaiki diri. Bentuk dakwah seperti ini tidak sekadar menjadi proses transfer ilmu, melainkan juga menghadirkan rekayasa psikologis yang menggugah audiens untuk bertindak dalam waktunya.

Strategi pemilihan dan penyajian hadis dalam konten YouTube Shorts Ustadz Dzikri mencerminkan model dakwah baru yang adaptif terhadap dinamika komunikasi digital. Dalam era ketika perhatian audiens semakin singkat dan konten visual mendominasi ruang konsumsi informasi, kemampuan untuk menyampaikan ajaran berbasis hadis secara singkat namun bermakna menjadi sangat penting. Ustadz Dzikri berhasil menyeimbangkan antara kekuatan otoritatif teks klasik dan kebutuhan akan keterjangkauan pesan yang sesuai dengan karakter budaya visual yang serba cepat. Keberhasilan pendekatan ini menunjukkan bahwa hadis, sebagai sumber utama ajaran Islam, tetap dapat dihadirkan secara relevan, otentik, dan menggugah melalui medium digital tanpa kehilangan nilai substansialnya. Pemilihan hadis yang tematik, penyampaian yang runtut, serta gaya komunikasi yang sederhana namun kuat menjadi kunci efektivitas strategi tersebut. Cara ini juga memperlihatkan bahwa dakwah di ruang digital bukan hanya soal memindahkan materi dari mimbar ke layar, tetapi juga menyesuaikan metode agar pesan tetap mudah dicerna, akurat, dan berdampak.

Retorika Dakwah Digital: Perpaduan Gaya Ustadz dan Format Shorts

Dalam konteks dakwah digital, kekuatan visual dan audiovisual menjadi instrumen penting yang mendukung efektivitas penyampaian pesan keagamaan. Media digital tidak hanya mengandalkan isi, tetapi juga cara pesan dikemas sehingga mampu menarik perhatian dalam waktu singkat.²⁶ Ustadz Dzikri menyesuaikan gaya dakwahnya dengan karakteristik platform media sosial, khususnya YouTube Shorts yang memiliki durasi sangat terbatas. Retorika dakwah dalam format digital menuntut kemampuan memadatkan ajaran keagamaan menjadi pesan yang ringkas, langsung pada inti persoalan, namun tetap menggugah secara emosional dan intelektual.²⁷ Tantangan ini mendorong para dai untuk tidak hanya menguasai substansi keilmuan, tetapi juga memahami strategi komunikasi yang kontekstual, yakni cara berbicara, pemilihan diksi, ritme penyampaian, serta penggunaan elemen visual yang tepat. Ustadz Dzikri menunjukkan kemampuan adaptif yang kuat terhadap dinamika ruang digital. Ia memanfaatkan durasi singkat untuk menyampaikan inti hadis secara efektif, sembari memastikan bahwa pesan spiritual tetap dapat diterima dengan jelas dan memberikan dampak reflektif bagi audiens.

Salah satu strategi yang menonjol dalam dakwah digital Ustadz Dzikri adalah kemampuan mengadaptasikan gaya penyampaian khasnya dengan tenang, tegas, ilmiah, namun tetap hangat dan komunikatif. Dalam format YouTube Shorts, karakter penyampaian semacam ini menjadi kekuatan tersendiri karena menghadirkan nuansa dakwah yang berbeda dari banyak tren konten religi lainnya yang sering bergaya emosional, dramatis, atau terlalu sensasional.²⁸ Ustadz Dzikri menghindari gaya agitasi

²⁶ Istiqamah, “Pemanfaatan Media Audio Visual dalam Berdakwah kepada Masyarakat,” 24 Juli 2020, <https://doi.org/10.31219/osf.io/trbkn>.

²⁷ Abu Bakar, Zulfirman Manik, dan Muhammad Ismailsyah Sembiring, “Transformasi Dakwah Ekonomi Islam : Hadis-Hadis Ekonomi dalam Konten Instagram,” *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2025): 78–92.

²⁸ Zulfirman Manik et al., “Fragmentasi Makna Hadis Dalam Konten Dakwah Media Sosial: Studi Kritis Terhadap Pesan Keislaman Di Tiktok,” *JURNAL SYIAR-SYIAR* 5, no. 1 (1 Juni 2025): 104–21, <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1778>.

berlebihan, dan justru tampil dengan retorika yang logis dan reflektif. Gaya ini membuat pesan yang disampaikan terasa lebih dewasa, stabil, dan dapat dipercaya. Intonasi suaranya cenderung datar namun terkontrol, lalu diberi aksentuasi pada poin-poin penting sehingga setiap kalimat terdengar memiliki bobot dan tujuan. Teknik ini bukan hanya memperkuat kesan otoritatif, tetapi juga membantu audiens mencerna pesan dengan lebih mudah dalam durasi yang singkat. Selain itu ketenangan dalam penyampaiannya menciptakan atmosfer yang kondusif untuk merenung. Ia mengarahkan perhatian audiens bukan pada ekspresi dramatis, tetapi pada substansi hadis yang disampaikan dan relevansinya dengan kehidupan mereka.

Perpaduan antara gaya khas Ustadz Dzikri dan format Shorts menciptakan performativitas dakwah yang baru, konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga performatif dalam arti membentuk kesan, membangun keteladanan, dan menggugah kesadaran. Aspek non-verbal seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan kontak mata melalui kamera menjadi elemen penting dalam memperkuat retorika pesan. Meskipun durasi video singkat, Ustadz Dzikri tidak terburu-buru dalam penyampaian. Ia tetap mempertahankan jeda antar kalimat, memberi ruang kepada audiens untuk mencerna makna, yang justru memperkuat efektivitas komunikasi. Kelebihan lain dari retorika Ustadz Dzikri adalah kemampuannya menjadikan hadis sebagai sentral narasi, bukan sekadar kutipan pelengkap. Retorika beliau bersifat *hadis-oriented*, bukan *motivational-oriented* seperti yang umum ditemukan dalam konten dakwah digital populer. Setiap pemilihan diksi, intonasi, dan penekanan pesan dilakukan dalam rangka memuliakan teks hadis itu sendiri, bukan untuk memperkuat persona penceramah. Gaya seperti ini secara tidak langsung mengedukasi audiens untuk menempatkan hadis sebagai sumber inspirasi primer dalam kehidupan spiritual mereka.²⁹

²⁹ Abu Bakar dan Zulfirman Manik, “Hadith Content About Women on Instagram: Analysis of Religious Account Strategies to Attract Followers,” *Al-*

Keberhasilan retorika dakwah digital Ustadz Dzikri juga terlihat dari cara beliau membangun kepercayaan tanpa harus tampil dominan. Dalam budaya digital yang sarat dengan narasi *self-branding*, Ustadz Dzikri justru tampil rendah hati dan tidak menonjolkan identitas personal secara berlebihan. Ia lebih banyak menekankan pada pesan, bukan pada dirinya. Ini menjadi bentuk retorika yang *ethos-based*, yaitu membangun kredibilitas berdasarkan keilmuan, kesantunan, dan kejelasan pesan. Perpaduan antara gaya khas Ustadz Dzikri dan format YouTube Shorts menciptakan model retorika dakwah digital yang relevan dengan tuntutan zaman. Retorika ini bukan hanya tentang cara bicara, tetapi tentang bagaimana menghadirkan hadis dalam ruang digital secara otoritatif, komunikatif, dan transformatif.³⁰ Hal ini membuka peluang baru bagi pengembangan dakwah yang tidak hanya mengikuti arus tren media, tetapi juga mampu membentuk standar baru dalam penyampaian Islam secara profesional, berwibawa, dan tetap berlandaskan keilmuan yang kuat.³¹

Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri membangun narasi hadis tentang keutamaan bulan Dzulhijjah dalam format YouTube Shorts dengan pendekatan tematik yang berpijak pada hadis-hadis saih. Narasi tersebut disusun melalui proses seleksi matan yang otoritatif, kemudian dikemas dalam penyampaian yang ringkas namun tetap sarat makna.

Fikru: *Jurnal Ilmiah* 18, no. 2 (30 Desember 2024): 173–91, <https://doi.org/10.51672/alfikru.v18i2.441>.

³⁰ Uswatun Hasanah dan Usman Usman, “Karakter Retorika Dakwah Ustaz Abdus Somad (Studi Kajian Pragmatik),” *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1, no. 2 (30 Januari 2020): 84–95, <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v1i2.2895>.

³¹ Latifah Alfani, Mukhammad dan Anwar, “Kontekstualisasi Hadis Dalam Era Digital: Retorika Dan Otoritas Keagamaan Influencer Dakwah Di Media Sosial Mukhammad Alfani Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Email: alfanialfa853@gmail.com Latifah Anwar Universitas Islam Negeri Sunan Ampel” 18, no. 2 (2024): 83–103.

Setiap video menonjolkan pesan inti, khususnya tentang urgensi amalan-amalan utama pada sepuluh hari pertama Dzulhijjah, dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh audiens digital. Ustadz Dzikri mampu mentransformasikan ajaran klasik berbasis hadis menjadi pesan dakwah yang komunikatif dan relevan bagi pengguna media sosial. Sehingga model penyampaian ini tidak hanya menjaga otoritas teks hadis, tetapi juga memperlihatkan bagaimana nilai-nilai keislaman dapat dihadirkan secara kuat dan inspiratif dalam format digital yang serba singkat.

Strategi penyajian hadis dalam konten pendek ini menunjukkan adanya keseimbangan yang kuat antara tuntutan format media digital dan prinsip keilmuan Islam. Ustadz Dzikri tidak hanya menekankan validitas hadis serta kesesuaian konteks penyampaian, tetapi juga menghadirkan retorika yang terukur, tidak emosional secara berlebihan namun tetap menyentuh dan memberikan keyakinan kepada audiens. Ia menggunakan intonasi yang stabil, pilihan kata yang sederhana, dan alur penjelasan yang sistematis sehingga pesan inti dapat diterima dengan jelas dalam waktu singkat. Penyampaian yang ringkas namun substansial ini mampu menjembatani otoritas ilmiah dengan kedekatan spiritual, sehingga audiens tidak hanya memahami isi hadis, tetapi juga merasakan urgensi dan nilai ibadah yang terkandung di dalamnya. Inilah yang menjadi salah satu kekuatan utama dakwah digital Ustadz Dzikri, menghadirkan pesan agama yang sahih, relevan, dan tetap menggugah, meski disampaikan dalam ruang visual yang serba cepat.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa adaptasi dakwah berbasis hadis pada platform digital seperti YouTube Shorts bukan hanya memungkinkan, tetapi juga menjadi strategi yang sangat relevan dan efektif di era komunikasi serba cepat. Ustadz Dzikri mampu menjawab tantangan dakwah kontemporer dengan memadukan substansi keilmuan klasik, melalui penggunaan hadis sahih, dengan gaya komunikasi modern yang singkat, jelas, dan mudah dicerna oleh audiens luas. Temuan ini menegaskan bahwa

dakwah digital tidak cukup hanya menarik perhatian, tetapi harus mampu mengarahkan audiens pada pemahaman keagamaan yang benar dan otentik. Dengan pendekatan penyampaian yang terstruktur, pilihan tema yang tepat waktu, serta kemampuan mereduksi materi tanpa menghilangkan poin penting keilmuan, Ustadz Dzikri menunjukkan bahwa pesan hadis dapat dihadirkan secara kuat dan bermakna dalam format video pendek.

Daftar Pustaka

- Al-Bukhārī, Abū ‘Abdillāh Muḥammad bin Ismā’īl. *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*. Diedit oleh Muṣṭafā Dīb Al-Bugā. Damaskus: Dār Ibnu Kaṣīr, 1993.
- Alfani, Mukhammad dan Anwar, Latifah. “Kontekstualisasi Hadis Dalam Era Digital : Retorika Dan Otoritas Keagamaan Influencer Dakwah Di Media Sosial Mukhammad Alfani Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Email : alfanialfa853@gmail.com Latifah Anwar Universitas Islam Negeri Sunan Ampel” 18, no. 2 (2024): 83–103.
- Bakar, Abu, dan Zulfirman Manik. “Hadith Content About Women on Instagram: Analysis of Religious Account Strategies to Attract Followers.” *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah* 18, no. 2 (30 Desember 2024): 173–91. <https://doi.org/10.51672/alfikru.v18i2.441>.
- Bakar, Abu, Zulfirman Manik, Universitas Islam, Sumatera Utara, Universitas Islam, dan Negeri Sumatera. “Pemaknaan Hadis-Hadis Tentang Zuhud Di Media Sosial : Studi Kasus Akun Instagram Aa Gym.” *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26, no. April (2023): 59–74. <https://doi.org/10.22373/substantia.v26i1.23009>.
- Bakar, Abu, Zulfirman Manik, dan Muhammad Ismailsyah Sembiring. “Transformasi Dakwah Ekonomi Islam : Hadis-Hadis Ekonomi dalam Konten Instagram.” *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2025): 78–92.
- Budiantoro, Wahyu. “Dakwah di Era Digital.” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 11, no. 2 (13 April 2018): 263–81. <https://doi.org/10.24090/komunika.v11i2.1369>.
- Daffa, Muhammad. “Analysis Of Hadith Understanding Of Social Media Phenomena As A Communication Tool In The Digital Era.” *Riwayah : Jurnal Studi Hadis* 8, no. 1 (16 Juni 2022): 69. <https://doi.org/10.21043/riwayah.v8i1.11209>.
- Dhora, Sony Tian, Ofi Hidayat, M. Tahir, Andi Asyhary J. Arsyad, dan Ahmad Khairul Nuzuli. “Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru ‘e-Jihad’ atau Latah Bersosial Media.” *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan* 17, no. 1 (29 Januari 2023): 306. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1804>.
- Fuad, Harisun, Yudi Sahara, Setio Utomo, dan Mirhabun Nadir. “Transformasi Otoritas Periwayatan Hadis di Era Digital Tren Validasi Otomatis dan Implikasinya terhadap Studi Hadis.” *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*

- 5, no. 2 (2 Juli 2025): 10345–54. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.1609>.
- Gunawan, Bayu, Marwa Aryani, dan Nashrillah MG. “Transformasi Ruang Lingkup Dakwah di Media Sosial.” *Journal of Education Religion Humanities and Multidisciplinary* 2, no. 2 (30 November 2024): 1216–27. <https://doi.org/10.57235/jerumi.v2i2.4260>.
- Hakim, Faisol, dan Harapandi Dahri. “Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam.” *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5, no. 1 (4 Mei 2025): 187–206. <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>.
- Hasanah, Uswatun, dan Usman Usman. “Karakter Retorika Dakwah Ustaz Abdus Somad (Studi Kajian Pragmatik).” *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia* 1, no. 2 (30 Januari 2020): 84–95. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v1i2.2895>.
- Hasbi, Mukhlissal, Sucitra Sucitra, dan Aris Fadillah. “Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital.” *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)* 4, no. 2 (27 September 2024): 17–23. <https://doi.org/10.31004/joecy.v4i2.135>.
- Ibnu Kasir, dan Syahrul Awali. “Peran Dakwah Digital dalam Menyebarluaskan Pesan Islam di Era Modern.” *Jurnal An-nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (30 Juni 2024): 59–68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>.
- Istianah, Istianah. “Era Disrupsi Dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Hadis Di Media Sosial.” *Riwayah : Jurnal Studi Hadis* 6, no. 1 (27 Mei 2020): 89. <https://doi.org/10.21043/riwayah.v6i1.6861>.
- Istiqamah. “Pemanfaatan Media Audio Visual dalam Berdakwah kepada Masyarakat,” 24 Juli 2020. <https://doi.org/10.31219/osf.io/trbkn>.
- Istiqlomalia, Yuntarti. “Metode Dakwah Dalam Menghadapi Perkembangan Budaya Populer.” *INTELEKSLA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 4, no. 2 (6 Desember 2022): 361–78. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v4i2.252>.
- Manik, Zulfirman, Yumnah Radesi, Rifda Riby Septiani, Wahda Ayu Sakinah, dan Nisa Ulpina Lubis. “Fragmentasi Makna Hadis Dalam Konten Dakwah Media Sosial: Studi Kritis Terhadap Pesan Keislaman Di Tiktok.” *JURNAL SYLAR-SYLAR* 5, no. 1 (1 Juni 2025): 104–21. <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1778>.
- Mubarok, Akbar Rizquni, dan Sunarto Sunarto. “Moderasi Beragama di Era Digital: Tantangan dan Peluang.” *Journal of Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (31 Januari 2024): 1–11. <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.1.1-11>.
- Natsir MB, Jung Nurshabah. “Analisis Kualitas Hadis Dan Ketepatan Penyandaran Dalil Pada Ceramah Ustaz Maulana.” *AL ISNAD: Journal of Indonesian Hadith Studies* 2, no. 2 (9 Desember 2022): 76–88. <https://doi.org/10.51875/alisnad.v2i2.116>.
- Nur Zunda Zubaidah, Andris Nurita. “Pemahaman Hadis Riwayat Sunan Al-Tirmidhi Nomor Indeks 1977 Dan Relevansinya Terhadap Fenomena Hate Speech Di Media Sosial” 1, no. 1 (2023): 60–883.

- <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.56594/musnad.v1i1.120>.
- Nurhayati, Nurhayati, Suci Ramadhani Siregar, Nita Susana, Saidatin Niswa, dan Zulfirman Manik. "Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial." *JURNAL SYLAR-SYLAR* 5, no. 1 (18 Mei 2025): 43–56. <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1732>.
- Rahmah, Fadlika Laili, Ricka Handayani, Erika Febrianna Hutasuhut, dan Romandiah Romandiah. "Navigasi Spiritual di Era Digital: Analisis Konten Cyberreligion dalam Media Sosial." *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK LAIN Padangsidiimpuan* 6, no. 2 (11 Desember 2024): 177–92. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.14300>.
- Riski Pratama, Andy, Wedra Aprison, Yulius Yulius, Nurrahmi Latifa, dan Syafrudin Syafrudin. "Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital." *Tabayyun* 5, no. 1 (30 September 2024). <https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68>.
- Rosyad, Sabilar, dan Muhammad Alif. "Hadis di Era Digital: Tantangan dan Peluang Penggunaan Teknologi dalam Studi Hadis." *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, dan Fenomena Agama* 24, no. 2 (1 Desember 2023): 185–97. <https://doi.org/10.19109/jia.v24i2.18979>.
- Sa'diyah, Faticatus; Lutfianto, Mohammad; Takwalla; Annisa. "Aspek Informatif Performatif Hadis Shuhrah Dalam Film Nyentri: Film Pendek Dari Hadis Rasulullah Saw." *Musnad: Jurnal Ilmu Hadis* 1, no. 2 (2023): 175–92.
- Setiawan, Raegil Albert. "Resepsi Hadis Pada Platform Media Sosial : Studi Kritis Tentang Penyebaran Dan Interpretasi Hadis Di Era Digital." *Musnad: Jurnal Ilmu Hadis* 2, no. 1 (2024).
- Syafiuddin, Syafiuddin Syafiuddin, Syaiful Rizal, Yunus Yunus, Moh. Holil, Hoiruddin Hoiruddin, dan Faticatus Sadiyah. "Resepsi Hadis Dalam Animasi 'Melawan Begal' Di Channel Youtube Culapclip." *Musnad: Jurnal Ilmu Hadis* 2, no. 1 (23 Juli 2024): 253. <https://doi.org/10.56594/musnad.v2i1.278>.
- Zahra Asyidda Najibullah, Silmi Aulia, Budiyanto Budiyanto, Irfan Khairudin, dan Meity Suryandari. "Analisis Pembelajaran Dakwah Dalam Konten Youtube Kata Ustadz Episode 'Anak Muda Menangis Saat Melihat Gambaran Hari Kiamat.'" *Student Scientific Creativity Journal* 1, no. 1 (22 Januari 2023): 332–44. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i1.1131>.
- Zanzibar, Zanzibar. "Estetika dan Etika dalam Dakwah Digital: Studi pada Desain konten Islami di Instagram." *ASIA-PACIFIC JOURNAL OF PUBLIC POLICY* 10, no. 1 (14 Juni 2024): 89–100. <https://doi.org/10.52137/apjpp.v10i1.227>.