E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 1737-1747
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

Analisis Pesan Dakwah Dalam Playlist Fawaid Kadam Sidik Di Youtube

Anistia Ega Astari[1], Abdur Razzaq[2], Anang Walian[3]
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
e-mail: [1]2210501016@radenfatah.ac.id, [2]abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id,
[3]anangwalian_uin@radenfatah.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Analisis Pesan Dakwah Dalam Playlist Fawaid Kadam Sidik di YouTube. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan YouTube sebagai media audio-visual yang efektif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara kreatif dan menarik, salah satunya melalui playlist "Fawaid" oleh Kadam Sidik. Konten dakwah ini menarik perhatian karena penyampaiannya yang lugas, terstruktur, dekat dengan realitas kehidupan sehari-hari, serta berfungsi sebagai penguatan iman dan pembentukan karakter bagi audiens yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah yang terdapat dalam playlist Fawaid Kadam Sidik di media sosial YouTube. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik analisis isi (content analysis) yang bersifat kualitatif. Berdasarkan analisis menggunakan pendekatan teori Norman Fairclough, hasil penelitian menunjukkan bahwa video-video dalam playlist Fawaid menggunakan bahasa yang sederhana, lugas, komunikatif, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Pemilihan diksi yang digunakan cenderung persuasif, sehingga mampu menegaskan pesan dakwah tanpa menimbulkan ambiguitas. Selain itu, dalam penyampaian materi, Kadam Sidik memadukan ayat-ayat Al-Qur'an, hadis nabi, serta pendapat ulama sebagai landasan utama. Penggunaan dalil tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penguat argumen, tetapi juga membangun kredibilitas pesan sehingga audiens memperoleh pemahaman bahwa materi yang disampaikan memiliki dasar yang jelas dalam ajaran Islam.

Kata kunci : ***Pesan Dakwah, Playlist Fawaid, Kadam Sidik.***

ABSTRACT

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 1737-1747
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

This study is titled "Analysis of Da'wah Messages in Kadam Sidik's 'Fawaid' Playlist on YouTube." The study was motivated by the rise of YouTube as an effective and easily accessible audiovisual medium for various groups to convey Islamic messages in creative and engaging ways, one example being the "Fawaid" playlist by Kadam Sidik. This da'wah content attracts attention due to its straightforward and structured delivery, its relevance to everyday life, and its role in strengthening faith and shaping character among a diverse audience. This study aims to analyze the content of the da'wah messages found in Kadam Sidik's "Fawaid" playlist on YouTube. The method used is qualitative research employing qualitative content analysis. Based on an analysis using Norman Fairclough's theoretical framework, the results indicate that the videos in the "Fawaid" playlist use language that is simple, straightforward, communicative, and easily understood by various segments of society. The choice of vocabulary tends to be persuasive, thereby effectively reinforcing the da'wah message without causing ambiguity. Furthermore, in presenting the material, Kadam Sidik combines verses from the Qur'an, the Prophet's hadith, and the opinions of Islamic scholars as the primary foundation. The use of these sources not only serves to strengthen arguments but also builds the credibility of the message, ensuring the audience understands that the material presented has a clear basis in Islamic teachings

***Keywords** : Da'wah Message, Fawaid Playlist, Kadam Sidik*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital di era modern telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Jika sebelumnya dakwah didominasi oleh ceramah tatap muka di masjid atau majelis taklim, kini jangkauannya telah meluas ke berbagai platform digital, terutama YouTube. Sebagai media audio-visual yang dapat diakses oleh khalayak luas, YouTube menjadi sarana efektif bagi para pendakwah untuk menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang kreatif dan menarik. Salah satu contoh konten yang sangat populer adalah daftar putar (playlist) "Kadam Sidik". Dalam konteks ini, konten dakwah Kadam Sidik khususnya daftar putar "Fawaid" telah menarik perhatian karena penyampaiannya yang lugas dan terstruktur, serta keterkaitannya yang erat dengan realitas kehidupan sehari-hari. Daftar putar ini tidak hanya menyajikan penjelasan keagamaan, tetapi

juga panduan moral yang relevan bagi masyarakat modern. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana pesan-pesan dakwah disampaikan dalam daftar putar "Fawaid" guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai arah, karakteristik, serta kontribusinya terhadap perkembangan dakwah digital di Indonesia.

Dalam Islam, dakwah (seruan kepada iman) merupakan kewajiban agama yang mulia dan luhur, karena hal ini merupakan upaya untuk mengubah individu dari keadaan yang kurang ideal menuju keadaan yang lebih baik.[1] Dakwah adalah suatu proses sadar dan terencana dalam menyampaikan ajaran Islam, yang ditandai dengan upaya mengajak orang lain untuk mengamalkan keyakinan tersebut. Dakwah merupakan ikhtiar untuk meningkatkan pemahaman keagamaan guna mengubah serta meluruskan, jika diperlukan pandangan dunia, sikap batin, dan perilaku manusia agar selaras dengan tuntunan syariat, dengan tujuan akhir meraih kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat.

Pesan yang disampaikan oleh seorang da'i (pendakwah) kepada khalayak sasaran (mad'u) dapat disebarluaskan melalui berbagai media. Pada masa awal Islam, Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya mengandalkan komunikasi lisan serta interaksi pribadi secara langsung. Seluruh materi da'wah bersumber dari dua landasan utama ajaran Islam: Al-Qur'an dan Hadis. Al-Qur'an berfungsi sebagai sumber utama petunjuk dan fondasi Islam, oleh karena itu, Al-Qur'an menjadi inti materi dakwah sekaligus dasar bagi penyampaian pesan tersebut. Sementara itu, Hadis berperan sebagai sumber kedua dalam Islam yang memberikan penjelasan dari Nabi Muhammad SAW mengenai cara menjalani kehidupan sesuai dengan petunjuk Al-Qur'an.[2] Dalam praktiknya, para pendakwah sering kali memanfaatkan beragam saluran dan media untuk menyampaikan pesan mereka, termasuk platform media sosial seperti Youtube, TikTok dan Instagram.

Media sosial merupakan bentuk teknologi informasi yang telah mengalami perkembangan pesat. Platform-platform ini menarik minat berbagai kalangan mulai dari anak-anak dan remaja hingga orang dewasa serta lanjut usia. Kehadiran media sosial telah memperluas wawasan individu dengan menyajikan beragam informasi dan teknologi yang terus berkembang, hal ini

[1] Nurul Abrari and A.Khairuddin, "Pesan-Pesan Dakwah Dalam Musik Gambus Revolusioner Al-Badar," *Maddah : Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam* 4, no. 1 (2022): 14–27, https://doi.org/10.35316/maddah.v4i1.1733.

[2] Lisa Oktariani, "Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban Pada Media Aplikasi Tiktok," *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (2022): 91–108, https://doi.org/10.30631/mauizoh.v7i2.65.

membentuk persepsi mereka serta mendorong mereka untuk mengikuti perubahan yang sedang berlangsung. [3] Seiring dengan semakin canggihnya media sosial, semakin banyak individu kreatif yang memproduksi berbagai jenis konten video untuk dibagikan secara daring termasuk di Indonesia. Berbagai platform dan aplikasi menyediakan perangkat yang memungkinkan pengguna ponsel pintar membuat video yang menarik, dan YouTube adalah salah satu contohnya.[4]

Salah satu konten kreator yang menggunakan YouTube sebagai media dakwahnya adalah Husain Basyaiban atau sering dikenal Kadam sidik dengan nama channel YouTube-Nya @kadamsidik yang memiliki 225rb subscriber dan 82 video. Husain Basyaiban telah mengunggah video ke dalam daftar putar YouTube "Fawaid" dan dikenal luas di kalangan anak muda, ulama, serta berbagai kelompok masyarakat lainnya. Topik-topik yang ia bahas khususnya mengenai perjalanan hijrah (transformasi spiritual) untuk meninggalkan kecenderungan menganggap remeh dosa telah mendapat sambutan sangat baik dari masyarakat, terutama kalangan generasi muda.

Fenomena yang ada pada konten-konten Kadam Sidik di YouTube menunjukkan sebuah pendekatan dakwah yang segar dan sangat relevan dengan generasi muda masa kini. Ia mengemas pesan-pesan keislaman dalam bentuk video pendek yang ringan, menggunakan bahasa yang sederhana dan sering mengandung humor, sehingga terasa lebih dekat dan tidak menggurui. Kadam Sidik juga banyak mengangkat isu-isu kontemporer yang sering dihadapi anak muda, Ia menggunakan strategi komunikasi yang efektif, seperti teknik framing dalam playlist "Fawaid", untuk menyampaikan pesan-pesan moral dan spiritual secara lebih sistematis dan mudah dipahami. Ceramah-ceramah ini berfokus pada persoalan kehidupan nyata dan ajaran Nabi Muhammad (SAW), serta secara khusus menyasar kaum muda yang ingin tetap teguh secara spiritual. Disajikan dengan gaya yang mudah dipahami namun tetap berbobot, penjelasan-penjelasan ini mampu menyentuh hati kaum muda dan menginspirasi mereka melalui sosok Kadam Sidik.a[5]

[3] Charissa Fransisca and Rezi Erdiansyah, "Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif," *Prologia* 4, no. 2 (2020): 435, https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997.

[4] Ainur Rofiq and Aviatus Sholihah, "Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Pada Media Sosial," *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies* 4, no. 1 (2024): 18–28, https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v4i1.845.

[5] Ahmad Adnan, Dirosat Dirosat, and Islamiyah Al-hikmah Jakarta, "El-Hikmah : Jurnal Ilmu Dakwah Dan ANALISIS KONTEN DAKWAH REMAJA DALAM AKUN TIKTOK @ KADAM SIDIQ" 20, no. 11 (2024): 22–33.

Pemilihan judul "Analisis Pesan Dakwah dalam Playlist Fawaid Kadam Sidik di YouTube" didasarkan pada fenomena perkembangan dakwah di era digital yang semakin pesat. Kanal YouTube Kadam Sidik dengan playlist Fawaid menjadi menarik untuk diteliti karena berisi beragam kajian keislaman yang disampaikan dengan gaya komunikasi yang ringan, namun tetap sarat dengan nilai-nilai dakwah. Melalui analisis pesan dakwah, peneliti dapat mengidentifikasi bagaimana pesan akidah, syariah, dan akhlak dikonstruksikan serta disampaikan kepada khalayak. Penelitian ini penting untuk memahami efektivitas media digital sebagai sarana dakwah kontemporer dan kontribusinya terhadap pembentukan pemahaman keagamaan masyarakat modern.

METODE

Penelitian ini melakukan penelitian kualitatif, yang berfokus pada pemahaman dan penjelasan fenomena sosial dari perspektif individu atau kelompok[6]. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti daripada menghasilkan generalisasi statistik. Teknik ini dapat diterapkan pada berbagai bentuk komunikasi, seperti pidato, berita, iklan, dan sebagainya, dengan tujuan untuk mengidentifikasi makna yang terkandung dalam konten. Peneliti menggunakan metode analisis isi kualitatif oleh Wimmer dan Dominick. Analisis isi adalah metode penelitian yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan menarik kesimpulan dari isi teks atau materi komunikasi.

Adapun dalam penelitian ini, menggunakan dua jenis sumber data. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan langsung oleh peneliti dari objek penelitiannya. Yaitu sumber data yang diperoleh dari video yang terdapat dalam playlist fawaid yang di posting oleh akun @kadamsidik di media sosial YouTube dan merupakan data utama dalam penelitian ini. Sedangkan data skunder dalam penelitian ini ialah, data yang diperoleh dari sumber yang telah ada sebelumnya, bukan dengan pengamatan atau penelitian langsung. Ini bisa berupa data yang dikumpulkan oleh orang lain, seperti laporan, buku-buku, dan dokumen resmi, situs web yang terdapat info mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian

[6] Wahidin Randy Fadillah Gustaman, Ari Wawan Darmawan, Agus Gandi, Anti Wijayanti, Nurlaela, Asep Idin, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Madiun: CV . Bayfa Cendekia Indonesia, 2024).

E-ISSN: 3031-8629
P-ISSN: 3032-3258
Halaman 1737-1747
Volume 3 Nomor 4 Tahun 2026

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menemukan data yang terkait dengan rumusan masalah dan judul penelitian setelah meninjau video-video yang mengandung pesan dakwah di akun YouTube @kadamsidik. Lima video ini termasuk data penelitian.

Katagorisasi pesan dakwah

1. **Awas Sesat Aqidah.**

   Pesan dakwah yang terkandung dalam video tersebut termasuk dalam kategori akidah (keyakinan/iman). Akidah merupakan bentuk keyakinan yang tertanam kuat dalam diri seseorang terhadap Allah SWT. Keyakinan tersebut bersifat kokoh dan menjadi landasan utama yang dijadikan pedoman serta pandangan hidup dalam menjalani kehidupan di dunia.[7] Sesorang mungkin terlihat sangat sholeh-sholeha dan telah melaksanakan berbagai bentuk ibadah dalam waktu yang lama. Namun apabila terdapat kekeliruan dalam aqidahnya maka ibadah yang dilakukan tersebut percuma, hal ini karena ajaran islam dibangun diatas beberapa dasar utama dan dasar yang paling mendasar adalah keimanan serta keyakinan yang benar.

2. **Maksiat Kok Bangga**

   Pesan dakwah yang disampaikan dalam video tersebut termasuk dalam kategori pesan mengenai karakter dan perilaku (akhlak). Dalam hal ini, video tersebut menyajikan ajaran tentang sikap dan perilaku terpuji yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Pesan tersebut bertujuan untuk membimbing individu agar mencerminkan akhlak mulia dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam hubungan mereka dengan Allah maupun dalam interaksi dengan sesama

3. **Meninggalkan Sholat Lebih Parah Dosanya Dari Membunuh.**

   Pesan dakwah yang terkandung dalam video tersebut termasuk dalam kategori pesan dakwah berbasis syariat. Pesan dakwah berbasis syariat adalah pesan yang berkaitan dengan aturan dan ketentuan hukum Islam yang mengatur pelaksanaan ibadah serta interaksi sosial dalam kehidupan manusia. Ibadah merupakan konsep yang mendalam dan tak terpisahkan dalam kehidupan seorang Muslim, yang mencakup segala bentuk

[7] Lisa Oktariani, "Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban Pada Media Aplikasi Tiktok."

tindakan dan perbuatan yang dilakukan dengan tujuan utama untuk mendekatkan diri kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala, mengagungkan-Nya, serta menaati perintah-perintah-Nya. Dalam Islam, ibadah tidak terbatas hanya pada ritual keagamaan semata, melainkan mencakup setiap aspek kehidupan seorang Muslim baik yang bersifat ritual maupun non-ritual; dari sudut pandang Islam, ibadah adalah konsep yang luas dan komprehensif yang meliputi keseluruhan eksistensi seorang Muslim.[8]

4. **Hukum Suuzon Yang Jarang Diketahui.**

   Pesan keagamaan yang disampaikan dalam video tersebut termasuk dalam kategori ajaran mengenai karakter dan perilaku. Su'uzon (berprasangka buruk atau menaruh kecurigaan) dianggap sebagai penyakit rohani yang dapat merusak karakter seseorang dan mengurangi pahala spiritual; sebaliknya, dalam psikologi Barat, prasangka tidak dipandang sebagai patologi sosial, melainkan sebagai sikap sosial yang negatif namun wajar. Penceramah menguraikan bahwa tidak semua prasangka memiliki status hukum yang sama, melainkan terdapat klasifikasi tertentu yang menunjukkan kapan prasangka buruk dilarang, dibolehkan, atau bahkan memiliki pertimbangan khusus dalam konteks tertentu.

5. **Religius trauma.**

   Pesan dakwah yang terdapat dalam video berjudul "Religius Trauma" pada playlist Fawaid di channel YouTube Kadam Sidik dapat dikategorikan sebagai pesan dakwah aqidah, karena fokus utama pembahasannya berkaitan dengan kondisi psikologis dan sikap batin seseorang dalam merespons pengalaman keagamaan.

Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Playlist Fawaid Kadam Sidik

Berdasarkan analisis terhadap lima video dalam daftar putar "Fawaid" di saluran YouTube Kadam Sidik, ditemukan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan didominasi oleh tiga kategori: akidah (keyakinan), syariat (hukum Islam), dan akhlak (moralitas/karakter). Ketiga kategori tersebut muncul dalam setiap video dengan porsi yang berbeda, namun secara keseluruhan tema akidah dan akhlak menjadi pesan yang paling dominan. Ini menunjukkan

[8] Shilvia Maharani et al., "Penyampaian Pesan Dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri Pada Akun Media Sosial Instagram," *SYIAR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2024): 55–72.

bahwa dakwah Kadam Sidik lebih berkonsentrasi pada meningkatkan keimanan sebagai pilar utama dalam hidup seorang muslim.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan akidah dan akhlak merupakan pesan yang paling dominan. Hal ini terlihat dari banyaknya pembahasan mengenai pentingnya menjaga keimanan, meluruskan pemahaman terhadap ajaran Islam, menghindari penyimpangan akidah, serta menanamkan keyakinan kepada Allah Swt. Tema-tema seperti Awas Sesat Aqidah dan maksit kok bangga!!! lebih banyak menekankan penguatan akidah dan akhlak sebagai dasar kehidupan seorang muslim.

Hasil penelitian tersebut dapat dipahami melalui konsep Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough yang menyatakan bahwa analisis wacana dilakukan melalui tiga dimensi, yaitu analisis teks (text), praktik diskursus (discourse practice), dan praktik sosiokultural (sociocultural practice) Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan dalam membentuk makna sebuah wacana.

1. Pada dimensi teks, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kadam Sidik menggunakan pilihan kata yang persuasif, lugas, dan mudah dipahami. Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an, hadis, dan ilustrasi dari kehidupan sehari-hari berfungsi sebagai strategi untuk memperkuat pesan dakwah yang disampaikan. Menurut Fairclough (1995), analisis teks tidak hanya mengkaji aspek kebahasaan, tetapi juga bagaimana kosakata, tata bahasa, dan struktur teks dimanfaatkan untuk membangun representasi realitas. Dalam penelitian ini, penggunaan bahasa tersebut membentuk representasi di mana berbagai persoalan seperti trauma keagamaan, pengabaian salat, atau prasangka buruk (suuzan) harus dipahami melalui perspektif ajaran Islam, sehingga mengarahkan audiens pada pemahaman yang selaras dengan nilai-nilai Islam.
2. Pada dimensi praktik wacana (*discourse practice*), Menurut temuan penelitian, YouTube digunakan untuk membuat dan menyebarkan pesan dakwah kepada masyarakat. Daftar putar “Fawaid” memiliki video yang singkat sehingga mudah diakses oleh berbagai audiens. Selain itu, kolom komentar berfungsi sebagai tempat audiens dan pembuat konten berinteraksi, memungkinkan penonton untuk berkomentar, berbagi pengalaman, dan berbicara tentang topik keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa Analisis Wacana Kritis Norman

Fairclough menekankan bagaimana sebuah teks dibuat, didistribusikan, dan dikonsumsi untuk menghasilkan makna tertentu di masyarakat.[9]

3. Pada dimensi praktik sosial budaya (sociocultural practice), hasil penelitian memperlihatkan bahwa tema-tema yang dibahas dalam playlist Fawaid berkaitan dengan kondisi sosial yang berkembang di masyarakat, seperti bangga sama maksiat, fenomena religious trauma, lemahnya pemahaman akidah, rendahnya kesadaran menjalankan salat, dan perilaku suuzan, Sebuah wacana tidak pernah hadir secara terisolasi; sebaliknya, wacana tersebut dibentuk oleh konteks sosial, kelembagaan, dan budaya tempat ia diproduksi. Dalam model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, dimensi praktik sosiokultural berfungsi untuk mengungkap hubungan antara teks dan kondisi sosial yang melatarbelakangi munculnya suatu wacana.[10] Dengan demikian, tema-tema yang dipilih oleh Kadam Sidik dapat dipahami sebagai respons terhadap berbagai persoalan keagamaan yang dihadapi masyarakat, khususnya di era media digital.

Temuan penelitian ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan sejumlah penelitian terdahulu yang mengkaji dakwah digital dan pesan dakwah pada video kadam sidik di youtube. Temuan ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Ainur Rofiq dan Aviatus Sholihah. Penelitian tersebut membahas strategi penyampaian dakwah yang dilakukan Kadam Sidik melalui media sosial TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menyampaikan pesan dakwah, Kadam Sidik menggunakan tema yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari, bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, serta memanfaatkan berbagai fitur media sosial untuk menarik perhatian dan membangun interaksi dengan audiens. Penelitian tersebut juga menemukan adanya pesan dakwah yang berkaitan dengan akidah, akhlak, dan syariah. Hasil tersebut

[9] Elsa Sabrina et al., "ANALISIS WACANA KRITIS MODEL NORMAN FAIRCLOUGH PADA LAMAN BABAD . ID TENTANG PERGANTIAN KE KURIKULUM," n.d., 111–18.

[10] Jufri Hajrah, Anisa Maulidiah Alam, "Analisis Wacana Kritis Pada Pidato Presiden Tahun 2022 :" 10, no. 1 (2024): 169–81.

memiliki kesamaan dengan penelitian ini, khususnya pada temuan mengenai isi pesan dakwah. Berdasarkan hasil analisis terhadap video dalam playlist *Fawaid* di YouTube, ditemukan bahwa pesan dakwah yang disampaikan Kadam Sidik juga mencakup tiga kategori utama, yaitu akidah, syariah, dan akhlak.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis terhadap pesan-pesan dakwah dalam daftar putar YouTube “Fawaid Kadam Sidik”, maka dapat ditarik kesimpulan berikut. Pesan-pesan yang disampaikan didominasi oleh tiga kategori, yaitu akidah (keyakinan/iman), syariat (hukum Islam), dan akhlak (moralitas/karakter). Pesan mengenai akidah berfokus pada penguatan iman dan pemurnian tauhid (keesaan Allah) pesan terkait syariat menjelaskan hukum-hukum Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis, sedangkan pesan mengenai akhlak menekankan pada pembentukan perilaku dan karakter seorang Muslim dalam kehidupan sehari-hari.

Pada dimensi teks Kadam Sidik menggunakan pilihan kata yang lugas, persuasif, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Gaya penyampaiannya tidak hanya memberikan penjelasan mengenai hukum Islam, tetapi juga mengajak audiens untuk melakukan refleksi diri dan memperbaiki perilaku sesuai dengan ajaran Islam. Dalam konteks praktik sosiokultural, materi dakwah Kadam Sidik dibentuk oleh kondisi masyarakat dan membahas beragam persoalan keagamaan mulai dari kurangnya pemahaman mengenai akidah dan perilaku yang menyimpang dari nilai-nilai Islam, hingga kesalahpahaman tentang ajaran agama serta fenomena trauma keagamaan.

REFERENSI

Adnan, Ahmad, Dirosat Dirosat, and Islamiyah Al-hikmah Jakarta. “El-Hikmah : Jurnal Ilmu Dakwah Dan ANALISIS KONTEN DAKWAH REMAJA DALAM AKUN TIKTOK @ KADAM SIDIQ” 20, no. 11 (2024): 22–33.

Ainur Rofiq, and Aviatus Sholihah. “Strategi Penyampaian Pesan Dakwah Pada Media Sosial.” AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies 4, no. 1 (2024): 18–28.

Fransisca, Charissa, and Rezi Erdiansyah. “Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif.” Prologia 4,

no. 2 (2020): 435.

Hajrah, Anisa Maulidiah Alam, Jufri. “Analisis Wacana Kritis Pada Pidato Presiden Tahun 2022 : ” 10, no. 1 (2024): 169–81.

Lisa Oktariani. “Analisis Pesan Dakwah Husain Basyaiban Pada Media Aplikasi Tiktok.” MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi 7, no. 2 (2022): 91–108.

Maharani, Shilvia, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Maulana Hasanuddin. “Penyampaian Pesan Dakwah Ustadz Muhammad Nuzul Dzikri Pada Akun Media Sosial Instagram.” SYIAR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam 4, no. 1 (2024): 55–72.

Nurul Abrari, and A.Khairuddin. “Pesan-Pesan Dakwah Dalam Musik Gambus Revolusioner Al-Badar.” Maddah : Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam 4, no. 1 (2022): 14–27.

Randy Fadillah Gustaman, Ari Wawan Darmawan, Agus Gandi, Anti Wijayanti, Nurlaela, Asep Idin, Wahidin. METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF. Madiun: CV . Bayfa Cendekia Indonesia, 2024.

Sabrina, Elsa, Br Barus, Joeyakin Christo Manik, Lastri Sintauli Siahaan, and Fitriani Lubis. “ANALISIS WACANA KRITIS MODEL NORMAN FAIRCLOUGH PADA LAMAN BABAD . ID TENTANG PERGANTIAN KE KURIKULUM,” n.d., 111–18.