

POLA KOMUNIKASI NARATIF DALAM DAKWAH ZAHID SAMOSIR DI TIKTOK

Aqilah Hannah Tsaabitah¹, Mutia Hana², Farros Arkaan Mubarroq³, Jumroni⁴
aqilahhannahts@gmail.com¹, mutiahana12@gmail.com², farkaan27@gmail.com³,
jumroni@uinjkt.ac.id⁴

Universitas Islam Negeri Jakarta

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisa pola komunikasi naratif yang digunakan oleh seorang konten kreator dakwah, Zahid Samosir dalam menyampaikan pesan dakwah melalui platform Tiktok. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji karena media sosial saat ini menjadi sebuah sarana yang strategis untuk menyampaikan dakwah secara kreatif dan dekat dengan kehidupan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan teori naratif Walter Fisher sebagai landasan utama. Data diperoleh dari analisis isi terhadap lima Konten Zahid Samosir dengan jumlah view tertinggi, observasi interaksi audiens, serta wawancara langsung dengan beberapa penonton konten dakwah tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Zahid secara konsisten menggunakan pola naratif berbasis pengalaman pribadi, pengamatan sosial, dan juga penguatan nilai agama yang dikemas dalam bahasa yang mudah dicerna. Pesan yang disampaikan tidak menggurui namun menyentuh aspek emosional audiens, membuat pesan dakwah lebih mudah diterima dan diinternalisasi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pendekatan naratif efektif dalam membangun koneksi antara pesan keislaman dan realitas sosial khususnya di era digital.

Kata Kunci: Pola Komunikasi Naratif, Dakwah, Tiktok, Zahid Samosir, Komunikasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Pola merupakan suatu bentuk atau susunan yang menggambarkan cara kerja, mekanisme, atau metode yang terstruktur dalam suatu kegiatan. Dalam ilmu komunikasi, pola sering kali dijadikan dasar untuk mengamati dan menganalisis bagaimana suatu pesan dikirim, diterima, serta dipahami oleh audiens. Pola juga bisa mencerminkan keteraturan dalam penyampaian pesan, baik dari segi isi, teknik, maupun media yang digunakan.

Pola komunikasi merupakan cara kerja dalam berkomunikasi yang dilaksanakan atau mencari cara terbaik dalam proses dari penyampaian pesan oleh pemilik pesan kepada penerima pesan. Sehingga akan muncul feedback atau timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan. Dalam konteks dakwah, pola sangat penting karena menentukan keberhasilan dalam

menyampaikan ajaran Islam kepada khalayak. Tanpa pola yang jelas, pesan dakwah bisa menjadi tidak efektif atau bahkan disalahartikan. Oleh karena itu, pemilihan pola komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens dan media menjadi perhatian utama bagi para dai atau pendakwah.

Pola komunikasi yang digunakan bisa bervariasi, mulai dari pola satu arah (linear), dua arah (interaktif), hingga pola sirkular yang memungkinkan umpan balik dari audiens secara aktif. Dalam media sosial seperti TikTok, pola komunikasi yang efektif biasanya bersifat interaktif dan mengandalkan kreativitas visual dan naratif. Inilah yang menjadi dasar mengapa pola komunikasi dakwah di TikTok perlu dianalisis secara mendalam.

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari satu pihak kepada

pihak lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Proses ini bisa berlangsung melalui berbagai media, seperti lisan, tulisan, simbol, hingga media digital. Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi tidak hanya mencakup pengiriman pesan, tetapi juga melibatkan proses memahami, menafsirkan, dan merespons pesan tersebut oleh penerima.

Komunikasi merupakan inti dari aktivitas menyampaikan ajaran agama. Seorang pendakwah dituntut untuk mampu menyampaikan pesan-pesan Islam dengan cara yang dapat dipahami dan diterima oleh audiensnya. Oleh karena itu, pemahaman terhadap prinsip-prinsip komunikasi sangat penting agar pesan dakwah tidak hanya sampai, tetapi juga dapat menggugah hati dan pikiran pendengarnya.

Komunikasi merupakan aktifitas dasar manusia. Dengan komunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari. Tidak terlibat dalam komunikasi. Pentingnya komunikasi untuk manusia karena untuk bersosialisasi. Komunikasi juga merupakan kunci untuk mencapai tujuan dan mendapatkan sebuah hasil yang diinginkan.

Naratif adalah uraian dari sebuah rangkaian dari suatu hal atau penyampaian peristiwa yang disusun secara terstruktur. Tujuannya untuk menyampaikan pesan dan mempengaruhi audiens. Dalam komunikasi naratif, naratif sering digunakan untuk membentuk pemahaman dan menyentuh aspek kognitif maupun afektif audiens.

Naratif merupakan salah satu hal yang berkaitan dengan komunikasi untuk digunakan saat interaksi. Naratif digunakan untuk membentuk struktur pesan, meningkatkan keterlibatan audiens dan menyesuaikan konteks tujuan komunikasi. Pendekatan naratif merupakan yang seringkali tidak dapat dihindari, karena selalu digunakan dalam keseharian kita. Segala komunikasi lebih banyak menggunakan pendekatan ini dimana di dalamnya terdapat unsur dalam mendeskripsikan sesuatu dengan

alur cerita atau peristiwa dari waktu ke waktu sehingga menjadi sebuah narasi.

Dalam konteks komunikasi, naratif tidak hanya berfungsi sebagai bentuk penyampaian informasi, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun kedekatan emosional, menanamkan nilai, dan memengaruhi cara berpikir serta sikap penerima pesan. Ketika dikaitkan dengan pola komunikasi, naratif membentuk alur komunikasi yang lebih hidup dan dialogis, karena mampu menarik perhatian, membangkitkan empati, dan mendorong partisipasi audiens. Oleh karena itu, penggunaan naratif dalam pola komunikasi, terutama di era digital seperti media sosial, menjadi penting untuk menciptakan interaksi yang efektif dan bermakna antara komunikator dan komunikan.

Dakwah berasal dari bahasa Arab *da'ā-yad'u-da'wah* yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. Dalam konteks Islam, dakwah berarti mengajak orang kepada kebaikan, khususnya kepada ajaran Islam, baik melalui ucapan, perbuatan, maupun keteladanan. Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap muslim sesuai dengan kemampuannya, dan menjadi tugas utama para ulama dan pendakwah.

Dakwah adalah aktivitas mengajak manusia untuk menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya, baik secara individu maupun masyarakat. Dakwah tidak hanya terbatas pada ceramah di masjid atau pengajian, tetapi juga bisa dilakukan melalui berbagai media dan metode. Seiring perkembangan zaman, dakwah kini banyak dilakukan melalui media digital, termasuk media sosial. Metode dakwah pun semakin variatif, seperti dakwah bil lisan (dengan kata-kata), dakwah bil hal (dengan perbuatan), dan dakwah bil qalam (dengan tulisan). Ini menunjukkan bahwa dakwah merupakan aktivitas dinamis yang bisa disesuaikan dengan konteks zaman. Dakwah berfungsi menyebarkan ajaran Islam yang

mengarahkan manusia untuk menjadikan agama ini sebagai pedoman hidup.

Dalam era digital, dakwah menjadi lebih inklusif dan dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang sebelumnya kurang terjangkau. Platform seperti TikTok menjadi sarana baru yang potensial untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan gaya yang lebih ringan, santai, namun tetap bermakna. Di sinilah peran penting pendakwah seperti Zahid Samosir yang mampu menyesuaikan konten dakwah dengan karakteristik pengguna media tersebut.

Zahid Samosir adalah seorang pendakwah yang dikenal aktif menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui media sosial, khususnya TikTok. Ia menjadi contoh bagaimana seorang dai bisa memanfaatkan perkembangan teknologi untuk berdakwah secara kreatif dan efektif. Gaya penyampaiannya yang santai, lugas, dan relatable menjadikan kontennya mudah diterima oleh berbagai kalangan, khususnya generasi muda.

Zahid Samosir merepresentasikan generasi pendakwah digital yang mampu menjembatani ajaran Islam dengan dunia modern. Ia tidak hanya menyampaikan materi keislaman secara normatif, tetapi juga mampu mengaitkannya dengan persoalan sehari-hari yang dihadapi oleh masyarakat. Hal ini membuat dakwahnya terasa kontekstual dan relevan dengan kehidupan para pengikutnya.

Keberhasilan Zahid Samosir dalam berdakwah melalui TikTok juga menunjukkan pentingnya personal branding dalam komunikasi dakwah. Audiens tidak hanya tertarik pada isi pesan, tetapi juga pada sosok yang menyampaikan. Keteladanan, konsistensi, dan keaslian dari seorang pendakwah menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan audiens, apalagi dalam ruang digital yang sangat terbuka terhadap kritik.

TikTok adalah salah satu platform media sosial yang perkembangannya paling cepat didunia. Aplikasi TikTok juga digemari oleh berbagai kalangan di Indonesia, termasuk publik figur. Berkembangnya TikTok di Indonesia sangat menarik minat karena beragam pilihan konten yang disajikan oleh para kreator TikTok, sehingga pengguna dapat bebas memilih konten sesuai keinginan.

TikTok merupakan aplikasi yang sangat populer untuk mengekspresikan diri dan menyampaikan pesan. Media penyiaran televisi yang bersifat konvensional pun sekarang harus mempunyai ide kreatif dan inovasi baru agar dapat bersaing dengan media digital, sedangkan TikTok dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan internet atau dengan mudahnya di akses.

TikTok adalah aplikasi yang menggunakan ponsel untuk merekam dan menyajikan momen kreatif dan berharga dari seluruh dunia. TikTok memungkinkan siapa saja untuk menjadi kreator dan mendorong pengguna untuk berbagi ekspresi kreatif melalui video.

2. METODE PENELITIAN

A. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

a. Paradigma Penelitian: Konstruktivisme

Penelitian ini menggunakan kerangka Paradigma Konstruktivisme, yang dimana interaksi sosial dan komunikasi menjadi bentuk pemahaman makna subjektif. Maka dari itu, penelitian ini berfokus memahami bagaimana Zahid Samosir menggunakan komunikasi naratif dalam menyampaikan pesan dakwah di tiktok dan bagaimana audiens merespon pesan tersebut. Paradigma Konstruktivisme menganggap bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi antara individu dan bersifat dinamis.

b. Pendekatan Penelitian: Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena bertujuan untuk memahami pola komunikasi dakwah Zahid

Samosir di Tiktok. Pendekatan ini lebih mendalami analisis naratif, observasi dan wawancara untuk memahami bagaimana audiens merespon pesan dakwah yang disampaikan dan bagaimana komunikasi naratif digunakan untuk menjelaskan isi pesan tersebut.

Tipe Metode Penelitian

Tipe metode penelitian ini menggunakan metode penelitian Kualitatif atau langsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Zahid Samosir

Zahid Zidane Ghozany Samosir, atau yang akrab dikenal sebagai Zahid Samosir merupakan seorang konten kreator dakwah asal Depok, Jawa Barat yang menggunakan platform Tiktok sebagai wadah untuk menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan gaya yang ringan dan naratif. Di media sosial Zahid dikenal dengan gayanya yang humanis dan komunikatif. Zahid sering membawakan kontennya dengan gaya bahasa yang ringan dan ekspresif. Zahid juga menguatkan narasinya menggunakan kutipan ayat Al-Qur'an dan Hadist namun disajikan secara natural dan kontekstual.



Gambar 1. Profil Zahid Samosir



Gambar 2. Akun TikTok Zahid Samosir

Popularitas Zahid cukup signifikan, terbukti dengan jumlah pengikut lebih dari 1,9 juta di TikTok, serta engagement yang tinggi di setiap video hasil penelitian akademik mencatat bahwa konten dakwahnya menarik perhatian audiens dan membangun resonansi spiritual. Secara keseluruhan, profil Zahid menunjukkan integrasi antara kreativitas digital, personal branding, dan pendekatan naratif dalam dakwah. Keberhasilannya membangun audiens dan engagement menegaskan efektivitas strategi dakwahnya, yaitu menyampaikan pesan agama dengan gaya yang ringan, relevan, serta penuh empati, sesuai karakter pendakwah digital masa kini.

Temuan Penelitian

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, kami melakukan analisis mendalam terhadap lima video dengan jumlah penayangan (views) tertinggi dari akun TikTok resmi Zahid Samosir. Pemilihan video berdasarkan tingkat popularitas ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola komunikasi naratif yang paling efektif dan paling banyak menjangkau audiens. Analisis dilakukan dengan fokus pada struktur naratif, gaya penyampaian, serta muatan nilai dakwah

yang disampaikan dalam setiap video. Selain itu, kelima video ini juga dianalisis dengan wawancara responden untuk mengukur sejauh mana narasi yang digunakan memiliki koherensi dan fidelity sebagaimana yang dijelaskan dalam teori komunikasi naratif Walter Fisher.

No	Tema Video	Footage
1.	Istidraj	 Jumlah like: 6,4 juta https://vt.tiktok.com/ZShBDRX4V/
2.	Ain dan Merahasiakan Rencana Baik.	 Jumlah like: 1,3 juta https://vt.tiktok.com/ZShBDeNm8/
3.	Pengalaman Doa di Depan Ka'bah.	 Jumlah like: 3,2 juta https://vt.tiktok.com/ZShBDMDKV/
4.	Pengalaman Jumatan di Mesir	 Jumlah like: 1,7 juta
5.	Seruan Dukungan untuk Palestina.	https://vt.tiktok.com/ZShBD6ji/  Jumlah like: 1,4 juta https://vt.tiktok.com/ZShBDkPPA/

a. Deskripsi Data Video 1 : Istidraj

Video pertama memperlihatkan Zahid Samosir berdiri di depan Ka'bah dan menyampaikan refleksi spiritual tentang fenomena sosial yang banyak terlihat di media sosial. Ia mengangkat topik mengenai

selebritas, artis, dan pejabat yang terlihat hidup dalam kemaksiatan namun tetap diberi kelimpahan rezeki dan kebahagiaan duniawi.

Dalam narasinya, Zahid menyatakan bahwa keadaan tersebut merupakan bentuk istidraj, yaitu azab Allah yang tersamar dalam nikmat dunia. Zahid mengutip QS. Al-An'am ayat 44 dan menjelaskan maknanya menggunakan bahasa sehari-hari. Ia memberikan contoh-contoh seperti orang yang meninggalkan salat karena urusan bisnis, minum alkohol dalam konteks pergaulan global, dan gaya hidup selebritas yang penuh kesenangan dunia. Zahid menjelaskan bahwa kelalaian terhadap Allah dapat agar semua orang diwafatkan dalam keadaan bertaubat dan terhindar dari kematian dalam kondisi maksiat.

b. Deskripsi Data Video 2 : Ain dan Kerahasiaan Rencana Baik

Video kedua berisi cerita Zahid tentang fenomena "ain" atau penyakit akibat pandangan hasad (dengki), yang sempat viral di media sosial. Ia mengaitkan isu tersebut dengan pengalaman pribadinya, di mana rencana-rencana baik yang telah ia susun sering gagal setelah ia ceritakan kepada banyak orang. Zahid menjelaskan bahwa 'ain' tidak hanya menimpa fisik, tetapi juga dapat merusak keberhasilan rencana-rencana hidup seseorang.

Ia membagikan dua pengalaman pribadi yang berkaitan dengan kegiatan dakwah dan mengajar di pesantren yang terhenti secara tiba-tiba setelah ia menceritakan detailnya kepada orang lain. Dalam narasinya, Zahid mengutip sebuah hadis tentang pentingnya menyembunyikan rencana baik agar tidak terkena ain: "Istainu ala hawa ijikum bil kitman fa inna kulla dzi ni'matin mahsud."

Zahid juga membandingkan anjuran untuk menyembunyikan nikmat dengan ayat yang menganjurkan untuk menceritakannya, lalu menyimpulkan bahwa cerita tentang nikmat sebaiknya dibagikan hanya kepada orang-orang yang terpercaya. Di akhir video,

ia mengajak audiens untuk lebih berhati-hati dalam menyebarkan informasi pribadi di media sosial dan menghindari potensi dampak negatif dari pandangan hasad orang lain.

c. Deskripsi Data Video 3: Pengalaman Doa di Depan Ka'bah

Dalam video ketiga, Zahid menceritakan pengalamannya saat menunaikan ibadah umrah di Masjidil Haram pada tahun 2017. Ia mengisahkan momen menjelang azan Subuh di mana ia dengan spontan mengucapkan doa untuk bisa melihat secara langsung muazin dan imam Masjidil Haram. Menurut ceritanya, doa tersebut dikabulkan hanya dalam waktu singkat, saat ia hampir bertabrakan dengan seorang petugas masjid yang kemudian justru mengajaknya melihat tempat muazin dan imam.

Cerita dilanjutkan dengan narasi emosional tentang bagaimana peristiwa tersebut sangat berkesan baginya, terutama karena terjadi secara cepat dan terasa mustajab. Ia mengekspresikan kekaguman terhadap para imam dan muazin, termasuk bagaimana wangi parfum mereka masih teringat di benaknya. Di akhir video, Zahid menghubungkan pengalaman tersebut dengan parfum-parfum khas Tanah Suci yang dijual di Indonesia, termasuk parfum yang dipakai untuk membersihkan Hajar Aswad.

d. Deskripsi Data Video 4 : Pengalaman Jumatan di Mesir

Video keempat adalah dokumentasi “A Day in My Life” saat Zahid menjalani ibadah salat Jumat di Mesir pada musim panas. Ia membagikan rutinitas dan fakta-fakta unik terkait salat Jumat di negara tersebut. Mulai dari mencuci baju yang cepat kering karena suhu mencapai 36 hingga 43 derajat Celsius, hingga soal pakaian takwa di Mesir yang berbeda dengan di Indonesia, banyak jamaah yang mengenakan celana training dan kaos olahraga saat ke masjid.

Zahid juga membagikan fakta menarik tentang perbedaan bahasa Arab di Mesir. Ia

menjelaskan bahwa dialek Mesir memiliki pengucapan yang berbeda dengan bahasa Arab resmi (fusha), dan bagaimana hal ini memengaruhi komunikasi sehari-hari. Namun, dalam khutbah Jumat, bahasa yang digunakan tetap bahasa Arab resmi yang dapat dipahami oleh semua jamaah. Zahid menyimpulkan bahwa meskipun sehari-hari orang Mesir menggunakan bahasa Arab gaul (Amiyah), mereka tetap memahami isi khutbah dalam bahasa Arab formal.

e. Deskripsi Data Video 5 : Seruan Dukungan untuk Palestina

Video kelima berisi cerita Zahid yang berawal dari percakapannya dengan seorang teman asal Palestina yang sedang menempuh pendidikan di Mesir. Temannya menyampaikan bahwa kondisi di Gaza sangat sulit karena semua bantuan dari luar negeri, termasuk dari Mesir, diblokir oleh Israel. Zahid menyampaikan bahwa teman tersebut meminta dua hal utama dari umat Muslim dunia: pertama, memperbanyak doa; kedua, menyebarluaskan informasi faktual tentang kondisi Palestina melalui media sosial.

Zahid menekankan pentingnya menyuarakan fakta yang benar untuk melawan propaganda dan konten manipulatif yang disebarkan oleh influencer dan selebritas internasional yang didanai oleh pihak pro-Israel. Ia mengungkap bahwa beberapa influencer Muslim bahkan ditawari kontrak endorse untuk menyebarkan narasi palsu. Di akhir video, Zahid mengajak audiens untuk mengikuti akun media sosial milik jurnalis Palestina asli seperti @ahmadhijazee, serta mulai mengamalkan Qunut Nazilah sebagai bentuk doa kolektif untuk umat Islam yang sedang tertindas.

f. Deskripsi Data Hasil Wawancara Audiens

Penelitian ini juga melibatkan wawancara dengan tiga orang informan yang merupakan audiens konten dakwah Zahid Samosir di TikTok, yaitu: Nazwa, Auriel, dan Fitra. Tujuan wawancara adalah untuk mengetahui bagaimana tanggapan dan

persepsi mereka terhadap gaya komunikasi dan isi dakwah yang disampaikan oleh Zahid.

Informan pertama, Nazwa, menyatakan bahwa cara penyampaian dakwah Zahid Samosir terasa menarik dan mudah diterima karena menggunakan gaya bertutur yang santai namun bermakna. Ia mengatakan bahwa narasi yang dibangun Zahid terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga mudah dipahami. Menurutnya, gaya bertutur Zahid lebih seperti sedang bercerita daripada ceramah formal. Hal ini justru membuatnya lebih tertarik untuk mendengarkan. Ia juga menyatakan bahwa narasi yang dikemas seperti kisah nyata lebih mudah diingat dan membuat pesan dakwah terasa lebih hidup. Beberapa video Zahid bahkan membuat Nazwa merasa tergugah dan memperoleh perspektif baru dalam menjalani hidup, khususnya terkait kesabaran, keikhlasan, dan menjaga niat.

Informan kedua, Auriel, menilai bahwa penyampaian Zahid mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang enak didengar dan gaya cerita yang natural. Cerita-cerita nyata yang disampaikan Zahid membuat pesan dakwah terasa lebih relevan dengan kehidupan penonton. Menurut Auriel, Zahid lebih terlihat sebagai seorang pencerita daripada penceramah, dan hal tersebut membuat audiens merasa lebih dekat secara emosional. Ia juga menyatakan bahwa gaya naratif membuat isi dakwah lebih menarik dan mudah dicerna.

Informan ketiga, Fitra, menyebut bahwa Zahid menyampaikan pesan dakwah menggunakan bahasa gaul yang sederhana dan mudah dipahami. Ia merasa bahwa penggunaan kisah nyata sangat membantu dalam memahami maksud dari pesan dakwah yang disampaikan. Fitra juga menyebutkan bahwa gaya bertutur naratif membuat pesan terasa lebih kontekstual dan membumi. Setelah menonton beberapa video, ia merasa mendapatkan pencerahan dari sudut pandang spiritual maupun sosial.

Ketiga informan sama-sama menunjukkan bahwa gaya komunikasi Zahid Samosir yang menggunakan pendekatan naratif, bahasa santai, dan kisah nyata membuat pesan dakwah menjadi lebih dekat, mudah dipahami, dan bermakna. Hal ini menunjukkan konsistensi persepsi audiens terhadap bentuk komunikasi naratif yang digunakan Zahid dalam konten-konten TikTok-nya.

1. Pola Komunikasi Naratif dalam Konten Zahid Samosir

Pola komunikasi Zahid Samosir secara konsisten menggunakan pendekatan naratif sebagaimana dijelaskan dalam teori Walter Fisher. Zahid menyampaikan pesan dakwah melalui alur cerita yang dimulai dari pengalaman pribadi, pengamatan sosial, hingga penyampaian nilai keagamaan yang membangun keterikatan emosional dengan audiens.

Dalam video pertama, Zahid membuka narasi dengan menyampaikan refleksi di depan Ka'bah tentang selebritas dan publik figur yang hidup dalam kemaksiatan namun terlihat sukses dan bahagia. Ia mengatakan, "Kenapa selebgram, artis-artis yang buka hijab... malah hidupnya kelihatan paling bahagia?" Kemudian ia menjelaskan fenomena tersebut sebagai bentuk istidraj, seraya mengutip QS. Al-An'am: 44, "Fathna alayhim abu wabakulli shay." Di akhir video, ia menutup dengan doa dan pesan moral, "Semoga Allah wafatkan kita dalam keadaan udah bersih dari dosa, udah taubat nasuha."

Video lainnya juga menunjukkan pola yang serupa. Dalam video kedua, ia bercerita tentang pengalamannya yang mengalami kegagalan rencana dakwah karena terlalu terbuka kepada orang lain. Ia berkata, "Gue cerita karena gue suka cerita... padahal kita nggak tahu dalam hati mereka tuh ada yang, 'apa sih lo?'" Cerita ini ditutup dengan penyebutan hadis, "Fa innaku lazi ni'matin mahsud.

Dari wawancara audiens, Nazwa menyatakan bahwa "cara bertuturnya lebih

ke arah naratif, seperti sedang bercerita... membuat saya lebih tertarik untuk menyimak.” Hal ini menunjukkan bahwa gaya naratif yang digunakan Zahid membentuk koherensi dan kesesuaian nilai yang mudah dipahami oleh audiens.

2. Proses Dakwah Zahid Samosir di TikTok

Proses dakwah yang dilakukan oleh Zahid Samosir di TikTok mengandalkan pendekatan naratif melalui penceritaan pengalaman pribadi dan kisah nyata yang disampaikan secara santai menggunakan bahasa yang dekat dengan keseharian audiens. Hal ini sesuai dengan prinsip dalam teori komunikasi naratif Walter Fisher, yang menekankan bahwa cerita akan efektif ketika memiliki coherence atau struktur naratif yang runtut dan fidelity atau nilai cerita yang dapat diterima oleh audiens.

Dalam video kelima, proses dakwah ditampilkan melalui pengutipan langsung pesan dari temannya di Palestina yang meminta umat Islam untuk menyebarkan fakta di media sosial dan memperbanyak doa. Zahid menyampaikan, “Kabarin ke semua followers kamu Zahid... nomor satu yang dibutuhkan itu bener-bener doa.” Pesan ini memperlihatkan bagaimana proses dakwah dilakukan dengan menyampaikan kisah orang lain yang nyata, yang dapat membangkitkan emosi dan kesadaran audiens. Hal ini memperkuat unsur fidelity karena pesan yang disampaikan dinilai benar dan sejalan dengan nilai audiens. Dalam wawancara, Auriel menyatakan, “Zahid lebih seperti tukang cerita... dia buat orang merasa dekat dengannya.” Proses dakwah Zahid yang bersifat naratif dan tidak menggurui menjadikannya relevan dengan gaya komunikasi digital saat ini, dan terbukti diterima dengan baik oleh audiens.

3. Isi Dakwah Zahid Samosir

Isi dakwah yang disampaikan oleh Zahid Samosir dalam lima video dengan jumlah tayangan tertinggi mencerminkan narasi-narasi yang bertema keagamaan dan

sosial, yang dikaitkan dengan peristiwa nyata dan pengalaman hidup. Tema-tema yang diangkat antara lain adalah istidraj dan kenikmatan dunia yang menipu (video 1), penyakit ain dan pentingnya menyimpan rencana kebaikan (video 2), kekuatan doa (video 3), pengalaman Jumatan di Mesir (video 4), dan ajakan untuk mendukung Palestina melalui media sosial dan doa (video 5). Semua isi konten tersebut disampaikan dalam bentuk naratif, bukan berupa penjelasan konseptual, melainkan dengan menghadirkan cerita yang mengandung hikmah. Dalam video ketiga, Zahid menceritakan pengalamannya saat berdoa di Masjidil Haram dan doanya langsung terkabul, “Baru semenit gua doa, langsung ditanya, “Lu mau liat Muazin Subuh nggak?” Cerita tersebut membentuk narasi yang runtut dan dapat dipercaya, sesuai dengan konsep narrative coherence dan fidelity dalam teori Walter Fisher.

Sedangkan dalam video kelima, ia menyampaikan kembali pesan dari temannya di Palestina agar umat Muslim tidak berhenti menyuarakan kebenaran, “Follow akun orang Palestina asli... share postingan mereka, karena itu yang mereka butuhin sekarang.” Isi dakwah yang disampaikan mengandung nilai moral yang kuat dan sesuai dengan kepekaan sosial audiens. Fitra dalam wawancara menyatakan, “Cerita nyata sangat membantu saya untuk memahami pesan dakwah, karena jadi lebih jelas.” Nazwa juga mengungkapkan bahwa pesan dalam video Zahid “terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari, jadi cukup relate dengan saya sebagai penonton.” Berdasarkan kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa isi konten Zahid Samosir memenuhi prinsip utama dalam teori komunikasi naratif, yakni mampu menyampaikan nilai melalui cerita yang runtut dan dipercaya, serta menyentuh kesadaran keagamaan dan sosial audiens.

C. Pembahasan Hasil

1. Pola Komunikasi Naratif dalam Konten Zahid Samosir

Pola komunikasi yang digunakan oleh Zahid Samosir dalam konten dakwahnya menunjukkan konsistensi dalam penerapan pendekatan naratif, sebagaimana dijelaskan dalam teori komunikasi naratif oleh Walter Fisher. Teori ini menekankan bahwa manusia pada dasarnya adalah makhluk pencerita (*homo narrans*), dan pesan yang disampaikan dalam bentuk cerita akan lebih mudah diterima apabila memenuhi unsur *narrative coherence* (alur yang runtut) dan *narrative fidelity* (kesesuaian nilai dengan pengalaman audiens).

Zahid membangun narasinya dengan mengangkat pengalaman pribadi dan pengamatan terhadap realitas sosial, kemudian mengaitkannya dengan nilai-nilai keagamaan. Strategi ini membentuk alur komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keterikatan emosional dengan audiens. Dalam video pertama, misalnya, Zahid memulai narasinya dengan refleksi di depan Ka'bah mengenai fenomena selebritas dan figur publik yang tampak hidup bahagia meski melakukan kemaksiatan. Pertanyaan retorik seperti “Kenapa selebgram, artis-artis yang buka hijab... malah hidupnya kelihatan paling bahagia?” menjadi titik awal pembentukan konflik dalam cerita, yang kemudian dijelaskan melalui konsep *istidraj* dan diperkuat dengan kutipan ayat QS. Al-An'am: 44. Penutupan video dengan doa dan pesan moral semakin memperkuat struktur narasi serta nilai religius yang ingin disampaikan.

Pola yang sama terlihat dalam video kedua, di mana Zahid mengisahkan kegagalannya dalam berdakwah karena terlalu terbuka membagikan rencana kepada orang lain. Pengalaman ini disampaikan secara personal, sehingga menimbulkan kedekatan emosional dengan audiens. Kutipan hadis “Fa innaka lazi ni'matin

mahsud” di akhir cerita berfungsi sebagai penekanan moral yang memperjelas pesan keagamaan dari narasi tersebut.

Efektivitas pendekatan naratif ini juga terlihat dari tanggapan audiens. Dalam wawancara, salah satu informan, Nazwa, menyatakan bahwa cara bertutur Zahid yang menyerupai gaya bercerita membuatnya lebih tertarik untuk menyimak isi dakwah. Hal ini memperlihatkan bahwa narasi yang dibangun Zahid tidak hanya runtut secara struktural, tetapi juga memiliki kesesuaian nilai dengan kehidupan audiens. Dengan demikian, pola komunikasi naratif yang digunakan oleh Zahid Samosir berhasil mengintegrasikan aspek kognitif, afektif, dan spiritual dalam proses penyampaian dakwah melalui media sosial.

2. Proses Dakwah Zahid Samosir di TikTok

Proses dakwah yang dilakukan Zahid Samosir di TikTok menampilkan pendekatan yang khas, yaitu melalui narasi yang disusun dari pengalaman pribadi, pengamatan sosial, dan kisah nyata yang dekat dengan kehidupan audiens. Gaya komunikasi ini selaras dengan prinsip utama dalam Teori Komunikasi Naratif yang dikembangkan oleh Walter Fisher, yang menekankan bahwa pesan yang disampaikan dalam bentuk cerita akan lebih efektif. Zahid menggunakan alur cerita yang runtut dan logis serta kesesuaian nilai cerita dengan kebenaran yang diyakini audiens. Dalam setiap video, Zahid tidak hanya menyampaikan ajaran agama secara tekstual, tetapi membungkusnya dalam bentuk kisah reflektif yang membangkitkan emosi dan kesadaran spiritual.

Salah satu contohnya terlihat dalam video bertema Palestina, di mana Zahid mengangkat percakapannya dengan seorang teman asal Gaza sebagai dasar cerita. Dari dialog yang sederhana, ia menggambarkan kondisi nyata yang menyentuh, sekaligus menyampaikan ajakan dakwah secara halus: memperbanyak doa dan menyuarakan kebenaran melalui media sosial. Cerita

tersebut membentuk narasi yang runtut dan relevan dengan konteks sosial global, yang menjadikannya mengandung coherence dan fidelity sekaligus. Selain itu, bahasa yang digunakan Zahid cenderung ringan, santai, dan menggunakan istilah sehari-hari, sehingga menciptakan kedekatan emosional antara dirinya dan audiens.

Berdasarkan hasil wawancara, para informan seperti Fitra mengakui bahwa gaya bertutur naratif Zahid membuat pesan dakwah terasa membumi, mudah dicerna, dan tidak menggurui. Dengan demikian, proses dakwah yang dijalankan Zahid melalui TikTok dapat dipahami sebagai implementasi nyata dari prinsip komunikasi naratif Walter Fisher, di mana keberhasilan pesan terletak pada kekuatan cerita yang logis dan menyentuh nilai-nilai moral serta spiritual yang diyakini oleh khalayak.

Narasi yang dibawakan Zahid dianggap tidak hanya menghibur, tetapi juga mencerahkan dan relevan dengan kehidupan nyata. Ketiga informan menyebut bahwa pendekatan naratif ini membuat mereka merasa dekat secara emosional, termotivasi secara spiritual, dan mendapatkan perspektif baru. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Zahid Samosir tidak hanya menyampaikan dakwah, tetapi juga membangun narasi yang hidup, yaitu cerita-cerita yang menyentuh hati, logis dalam alurnya, dan sejalan dengan nilai-nilai audiens. Strategi ini menjadikan dakwah yang ia lakukan lebih efektif, relevan, dan diterima dengan baik di era digital, sebagaimana ditekankan dalam teori Walter Fisher.

3. Isi Dakwah Zahid Samosir

Hasil analisis terhadap lima video dengan jumlah tayangan tertinggi dari akun Zahid Samosir menunjukkan bahwa konten dakwah yang disampaikan didominasi oleh pendekatan naratif yang menggabungkan unsur religius dan sosial. Zahid tidak menyampaikan dakwah dalam bentuk penjelasan konseptual atau ceramah formal,

melainkan menggunakan pendekatan cerita yang bersumber dari pengalaman pribadi maupun peristiwa nyata. Hal ini tampak pada tema-tema yang diangkat, seperti istidraj dan kenikmatan dunia yang menipu, penyakit ain, kekuatan doa, pengalaman Jumatan di Mesir, serta ajakan untuk mendukung Palestina melalui media sosial dan doa.

Pendekatan naratif ini relevan jika ditinjau melalui perspektif teori komunikasi naratif yang dikemukakan oleh Walter Fisher. Teori ini menekankan pentingnya narrative coherence (koherensi narasi) dan narrative fidelity (kesetiaan narasi terhadap nilai-nilai kebenaran yang diyakini audiens). Dalam video ketiga, misalnya, Zahid menceritakan pengalaman pribadinya saat berdoa di Masjidil Haram yang kemudian langsung dikabulkan. Narasi tersebut disusun secara runtut dan memiliki muatan emosi yang kuat, sehingga memperkuat aspek koherensi dan kredibilitas cerita dalam membangun kedekatan dengan audiens. Selanjutnya, dalam video kelima, Zahid menyampaikan pesan solidaritas terhadap Palestina dengan mengutip pernyataan temannya yang merupakan warga Palestina. Ia mengajak audiens untuk menunjukkan dukungan melalui tindakan konkret seperti mengikuti akun media sosial warga Palestina dan menyebarkan konten mereka. Pesan ini menunjukkan bahwa isi dakwah tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga memuat nilai sosial dan kemanusiaan yang aktual.

Penerimaan audiens terhadap konten ini pun menunjukkan efektivitas pendekatan naratif dalam menyampaikan pesan dakwah. Berdasarkan hasil wawancara, informan Fitra menyatakan bahwa cerita nyata membantu dalam memahami pesan dakwah, karena lebih jelas dan mudah dipahami. Informan lainnya, Nazwa, menyebutkan bahwa konten dakwah Zahid terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih relevan (relate) bagi dirinya sebagai audiens.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten dakwah yang disampaikan oleh Zahid Samosir melalui media sosial memenuhi prinsip-prinsip utama dalam teori komunikasi naratif. Penyampaian pesan keagamaan melalui cerita yang runtut, kredibel, dan menyentuh nilai-nilai sosial terbukti mampu menjangkau kesadaran religius dan emosional audiens digital masa kini. Pendekatan ini menjadi alternatif strategi dakwah yang adaptif terhadap karakteristik media sosial dan kebutuhan psikososial audiens generasi muda.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi naratif yang digunakan oleh Zahid Samosir dalam konten dakwahnya di TikTok menunjukkan efektivitas tinggi dalam menyampaikan pesan keislaman kepada audiens, khususnya generasi muda. Zahid memanfaatkan pendekatan naratif yang kuat melalui penyampaian cerita pribadi, pengalaman spiritual, dan refleksi sosial yang dikemas dalam bahasa yang santai dan mudah dipahami.

Pertama, pola komunikasi yang digunakan oleh Zahid konsisten mengikuti prinsip teori naratif Walter Fisher, yaitu dengan membangun koherensi (alur cerita yang runtut dan logis) serta fidelity (nilai cerita yang sesuai dan dipercaya oleh audiens). Hal ini terbukti dari struktur narasi dalam lima video yang diteliti, yang masing-masing menyampaikan pesan dakwah melalui pengalaman nyata atau kisah reflektif yang relatable.

Kedua, proses dakwah yang dilakukan Zahid menunjukkan pendekatan komunikatif yang tidak menggurui, namun mampu menyentuh sisi emosional dan spiritual audiens. Dengan teknik bertutur yang menyerupai penceritaan sehari-hari, pesan dakwah menjadi lebih hidup, menarik, dan mudah diinternalisasi. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan audiens yang

merespons positif gaya komunikasi naratif tersebut.

Ketiga, isi konten dakwah Zahid mencakup isu-isu keagamaan dan sosial yang kontekstual, seperti konsep istidraj, penyakit ain, kekuatan doa, pengalaman keagamaan di luar negeri, hingga solidaritas terhadap Palestina. Semua topik disampaikan dengan pendekatan naratif yang membangun kedekatan emosional dan kesadaran keagamaan pada audiens.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi naratif merupakan pola yang efektif dalam dakwah digital, karena mampu menyampaikan pesan secara relevan, menyentuh sisi afektif audiens, dan membangun keterlibatan emosional yang kuat di platform seperti TikTok.

Saran

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis sangat berharap teman-teman bisa lebih memahami materi ini mengenai pola komunikasi, tidak hanya dalam konteks kerja, tetapi juga dalam kehidupan kita sehari-hari. Di tengah kehidupam sosial yang semakin kompleks dan penuh tekanan, ekspektasi, dan perbedaan dari sudut pandang. Semoga ilmu yang kita sama-sama pelajari dari mata kuliah ini tidak hanya teori saja, tetapi kita juga bisa sama-sama terpacu di kehidupan kita sehari-hari.

Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti merekomendasikan agar para pendakwah dan kreator konten dakwah di media sosial, khususnya generasi muda, dapat terus mengembangkan pendekatan naratif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Pendekatan ini terbukti lebih efektif dalam menjangkau dan menyentuh audiens digital karena lebih mudah dipahami, relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan mampu membangun kedekatan emosional.

Selain itu, institusi pendidikan Islam dan lembaga dakwah diharapkan dapat menyediakan pelatihan atau pendampingan

yang berfokus pada kemampuan bercerita (storytelling) dan pemanfaatan media sosial secara bijak sebagai sarana dakwah kontemporer. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan kajian yang lebih luas dengan menganalisis berbagai platform digital lainnya atau membandingkan strategi dakwah dari beberapa tokoh untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif. Tak kalah penting, audiens juga perlu meningkatkan literasi digital dan kepekaan dalam memilih konten dakwah, dengan mempertimbangkan nilai-nilai Islam yang disampaikan serta kredibilitas narasi yang dibangun oleh para pendakwah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fauzan. Retorika Dakwah pada Aplikasi TikTok @zahidsamosir. Skripsi Sarjana. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2024.
- Alma Daniah, Hanifah. "Analisis Persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI ALAZIS terhadap Penggunaan TikTok sebagai Media Dakwah." *TABSIR*, Vol. 6, No. 2, 2025.
- Basri, Edy. "Pola Komunikasi dalam Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Djafar Harun Kabupaten Kolaka Utara." *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*, Vol. 2, No. 2, Mei 2024.
- Creswell, J. W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. SAGE Publications, 2014.
- Fisher, Walter. *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*. Columbia: University of South Carolina Press, 1987.
- Golafshani, N. "Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research." *The Qualitative Report*, Vol. 8, No. 4, 2003.
- Hendrita, Hendrita. "Pola Komunikasi Orang Tua dalam Mewujudkan Karakter Anak (Kajian terhadap Warisan Luqmanul Hakim)." *Jurnal AL-HIKMAH*, Vol. 7, No. 1, 2025.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Kuyou. "Fakta dan Profil Zahid Samosir, TikToker Dakwah asal Depok yang Kharismatik Abis." Diakses dari www.kuyou.id.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: SAGE Publications, 1985.
- Maoli, Alya. *Konten Dakwah Digital di Media Sosial dalam Menyampaikan Pesan Keagamaan untuk Anak Muda (Analisis Isi pada TikTok Akun @syam_elmarusy)*. Skripsi Sarjana. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023.
- Nazwa. Wawancara pribadi. Jakarta, 20 Juni 2025, pukul 19.15 WIB.
- Pardianti, Melly Septia. "Pengelolaan Konten TikTok sebagai Media Informasi." *IKON: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. XXVII, No. 2, Agustus 2022.
- Purwantiasning, Ari Widyati. "Bahasa Naratif dalam Komunikasi Arsitektur." *Jurnal Arsitektur NALARs*, Vol. 20, Januari 2021.
- Rahman. *Komunikasi Dakwah Melalui Live Streaming TikTok pada Game Mobile Legends oleh Akun @Abiazkakaiaa*. Skripsi Sarjana. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, 2024.
- Rizky, Siti Maftukhah Tiara. *Gaya Komunikasi Dakwah Fawwaz Kaban di Media Sosial TikTok*. Skripsi Sarjana. Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2024.
- Tantama, Juanita. "Studi Paradigma Naratif Walter Fisher pada Aktivitas 'Nongkrong' di Kalangan Remaja Madya." *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, Vol. 1, No. 1, Mei 2013.
- West, Richard, dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.