

Peran Konten Nadia Omara Sebagai Media Dakwah Digital Dalam Membentuk Narasi Keislaman di Era Media Sosial

Sohihul Hasanah¹, Shafira Mutia R.H², Raika Dwi Aryani³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung; Indonesia

Correspondence e-mail*, sohahulhana@gmail.com¹, shafiramutia25@gmail.com²,
raikaaryani2612@gmail.com³

Submitted:2026/06/12

Revised: 2026/07/07;

Accepted: 2026/07/11; Published: 2026/07/11

Abstract

This study aims to analyze the representation of Islamic da'wah values and the persuasive communication strategies employed in Nadia Omara's digital content within the context of social media-based da'wah. The research adopts a qualitative approach using library research with content analysis as the primary analytical method. The data consist of Nadia Omara's YouTube content as the primary source, supported by scholarly literature on digital da'wah, persuasive communication, storytelling, and Everett Rogers' Diffusion of Innovations Theory. The findings reveal that Nadia Omara's content integrates Islamic moral values through a storytelling approach that combines education, entertainment, and reflective narratives. Although explicit religious messages are primarily found in content concerning the Prophets and their Companions, implicit da'wah values are also represented in historical, crime, mystery, and biographical narratives through messages emphasizing honesty, responsibility, justice, patience, and moral reflection. Furthermore, the study demonstrates that persuasive storytelling functions as an innovative communication strategy that broadens the delivery of Islamic values in digital media, making religious messages more contextual and accessible to contemporary audiences. These findings contribute to the discourse on digital da'wah by highlighting content representation and communication strategies rather than measuring audience perception or behavioral change

Keywords

Digital Da'wah, Nadia Omara, Social Media, Muslim Audience Perception, Religious Attitude, Persuasive Communication.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh, mengonsumsi, dan menyebarkan informasi, termasuk informasi keagamaan. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik yang membentuk pengetahuan, nilai, dan praktik keberagamaan masyarakat. Berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan pesan-pesan dakwah disampaikan secara lebih luas, cepat, dan interaktif sehingga menjangkau kelompok masyarakat lintas usia dan

wilayah. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa dakwah pada era digital tidak lagi bergantung pada ruang-ruang konvensional, melainkan telah beradaptasi dengan karakteristik komunikasi digital yang menekankan visualisasi, interaktivitas, dan narasi yang menarik (Muhtadi, 2005:178).

Perkembangan tersebut didukung oleh tingginya penetrasi internet dan penggunaan media sosial di Indonesia. Laporan We Are Social dan Meltwater (2025) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 143 juta pengguna media sosial aktif dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai lebih dari tiga jam setiap hari. YouTube masih menjadi platform yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia untuk memperoleh informasi maupun hiburan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu kanal strategis dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan dan pendidikan Islam. Fenomena dakwah digital tidak lagi dipahami sebagai alternatif penyampaian pesan agama, tetapi telah menjadi bagian penting dari transformasi komunikasi keagamaan di era masyarakat digital (Natsir, 1987 : 7).

Dalam perspektif Islam, dakwah merupakan aktivitas fundamental yang bertujuan mengajak manusia kepada kebaikan sebagaimana ditegaskan dalam QS. Ali Imran ayat 104, yang memerintahkan umat Islam untuk menyeru kepada kebajikan, mengajak kepada yang ma'ruf, dan mencegah kemungkaran. Nilai normatif tersebut tetap relevan pada setiap perkembangan zaman, namun media, strategi, dan bentuk penyampaiannya terus mengalami perubahan mengikuti dinamika masyarakat. Karena itu, dakwah pada era digital dituntut tidak hanya mempertahankan substansi ajaran Islam, tetapi juga mampu memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi agar pesan yang disampaikan lebih efektif, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens digital (Hafifudin, 1998).

Perubahan media dakwah melahirkan berbagai bentuk komunikasi keagamaan berbasis konten digital. Berbeda dengan dakwah konvensional yang identik dengan ceramah formal, dakwah digital berkembang melalui video pendek, podcast, storytelling, maupun konten edukatif yang dikemas secara populer. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam mengonstruksi narasi, memilih gaya bahasa, serta memanfaatkan karakteristik media digital. Pendekatan komunikasi persuasif menjadi semakin penting dalam menjelaskan bagaimana pesan-pesan keagamaan dapat diterima oleh masyarakat melalui media sosial (Abdul, Jum'ah Amin, 1997).

Salah satu kreator konten yang menarik dalam fenomena tersebut adalah Nadia Omara, seorang kreator YouTube yang dikenal melalui konten storytelling bertema sejarah, kriminalitas,

misteri, hingga kisah-kisah bernuansa Islam. Berbeda dengan pendakwah konvensional, Nadia Omara tidak menyampaikan dakwah dalam bentuk ceramah, melainkan melalui narasi yang komunikatif, emosional, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Pada beberapa kontennya, nilai-nilai keislaman disampaikan secara implisit melalui kisah para nabi, sejarah Islam, maupun refleksi moral yang terkandung dalam setiap cerita. Karakteristik tersebut menjadikan kontennya menarik untuk dikaji sebagai representasi bentuk dakwah digital kontemporer yang berkembang melalui media sosial (Kahmad, 2002: 68).

Meskipun penelitian mengenai dakwah digital telah berkembang cukup pesat, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak membahas efektivitas media sosial sebagai sarana dakwah, strategi komunikasi para dai, atau pengaruh media digital terhadap perilaku keberagamaan masyarakat. Penelitian mengenai Nadia Omara juga umumnya berfokus pada fungsi media, gaya bahasa, storytelling, maupun aspek linguistik dalam penyampaian kontennya. Masih relatif sedikit penelitian yang secara khusus menganalisis bagaimana unsur-unsur dakwah direpresentasikan dalam konten Nadia Omara melalui perspektif komunikasi persuasif dan difusi inovasi dengan menggunakan pendekatan analisis isi berbasis kepustakaan. Celah penelitian (*research gap*) inilah yang menjadi dasar penting dilaksanakannya penelitian ini (Ridwan, 1987:1).

Secara teoritis penelitian ini menggunakan Teori Komunikasi Persuasif untuk menjelaskan bagaimana struktur narasi, gaya bahasa, dan teknik storytelling digunakan dalam menyampaikan nilai-nilai keislaman sehingga pesan dakwah dapat diterima secara lebih komunikatif. Teori Difusi Inovasi Everett Rogers digunakan untuk menjelaskan bagaimana bentuk dakwah digital sebagai sebuah inovasi komunikasi mengalami proses penyebaran melalui media sosial hingga diterima oleh masyarakat digital. Kedua teori tersebut tidak digunakan untuk mengukur perubahan sikap audiens secara empiris, melainkan sebagai pisau analisis dalam menginterpretasikan karakteristik konten dakwah Nadia Omara berdasarkan sumber-sumber kepustakaan dan hasil analisis isi (Asfi Ma'ruf Fairuzzabad, 2022).

Media dakwah adalah alat yang objektif yang berperan sebagai penghubung antara ide-ide dengan umat, menjadi elemen penting dalam keseluruhan dakwah, yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan arah dakwah (Efendi et al., 2023). Ali Aziz mengklasifikasikan media dakwah ke dalam tiga jenis yakni: Media Terucap, yang mencakup ucapan atau bunyi yang bisa didengar seperti radio dan telepon; Media Tertulis, yang meliputi tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, dan gambar yang dapat dilihat dengan mata; dan Media Audio Visual, yang

mencakup konten berbentuk gambar hidup yang dapat dilihat dan didengar seperti video, televisi, dan film (Aziz, 2009).

Menurut Hamzah Ya'qub, media dakwah terdiri dari lima kategori utama. Pertama, lisan, mencakup khotbah, ceramah, diskusi, dan segala bentuk komunikasi lisan lainnya. Kedua, lukisan, melibatkan gambar seni, foto, dan film yang sering digunakan untuk menggambarkan ajaran dakwah. Ketiga, tulisan, termasuk buku, majalah, surat kabar, serta materi tertulis lainnya yang memerlukan pemahaman jurnalistik. Keempat, audio visual, merupakan cara penyampaian yang merangsang penglihatan dan pendengaran, seperti televisi, sandiwara, dan film horor. Kelima, akhlak, adalah bentuk dakwah melalui perbuatan nyata seperti silaturahmi dan partisipasi dalam pembangunan fasilitas umum. Media dakwah juga dapat dilihat dari sifatnya, terbagi menjadi Media Tradisional (seni pertunjukan tradisional seperti ludruk dan wayang) serta Media Modern atau Elektronika (media yang lahir dari teknologi seperti televisi, radio, pers, dan film) (Yaqub, 1981).

Menurut De Vito yang dikutip oleh Khalik (2013:4), komunikasi massa menitik beratkan pada elemen-elemen yang terlibat dalam proses komunikasi serta bagaimana elemen-elemen tersebut beroperasi melalui media massa. Elemen-elemen ini mencakup sumber, pesan, audiens, konteks, dan proses komunikasi itu sendiri. Perubahan ini membuka ruang bagi munculnya berbagai bentuk ekspresi dalam ranah digital, salah satunya melalui media sosial. Kreator konten seperti Nadia Omara memiliki peran penting dalam membentuk dinamika budaya digital serta memengaruhi cara pandang dan ketertarikan para pengikutnya di platform Youtube.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengukur persepsi maupun sikap audiens Muslim secara empiris, melainkan untuk menganalisis karakteristik konten Nadia Omara sebagai media dakwah digital, bentuk representasi nilai-nilai keislaman yang disampaikan melalui storytelling, serta relevansinya dalam perkembangan dakwah di era media sosial. Rumusan masalah penelitian ini meliputi: (1) bagaimana karakteristik konten Nadia Omara sebagai media dakwah digital; (2) bagaimana representasi nilai-nilai dakwah Islam dalam konten Nadia Omara; dan (3) bagaimana Teori Komunikasi Persuasif dan Teori Difusi Inovasi menjelaskan penyampaian pesan dakwah dalam konten tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan kajian dakwah digital sekaligus memperkaya literatur mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian terhadap berbagai sumber tertulis untuk menganalisis konten Nadia Omara sebagai media dakwah digital. Metode yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*), yaitu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan makna pesan yang terkandung dalam suatu media komunikasi secara sistematis dan objektif. Sumber data penelitian terdiri atas data primer berupa konten YouTube Nadia Omara yang memuat tema sejarah Islam, kisah para nabi, kisah sahabat, dan konten lain yang mengandung nilai-nilai dakwah, serta data sekunder yang diperoleh dari buku, artikel jurnal ilmiah, dan berbagai literatur yang relevan dengan dakwah digital, media sosial, komunikasi persuasif, *storytelling*, dan Teori Difusi Inovasi (Barcus, 1959).

Unit analisis dalam penelitian ini adalah isi (*content*) dari konten YouTube Nadia Omara yang merepresentasikan pesan-pesan dakwah. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengidentifikasi, memilih, mengumpulkan, dan mengkaji literatur serta konten yang sesuai dengan fokus penelitian. Konten yang telah dipilih diklasifikasikan berdasarkan tema, bentuk penyampaian, penggunaan *storytelling*, gaya bahasa, dan representasi nilai-nilai keislaman sebagai dasar dalam proses analisis (Nurrisa et al., 2025).

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah dikumpulkan terlebih dahulu diseleksi sesuai dengan fokus penelitian, kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema yang berkaitan dengan karakteristik konten dakwah, komunikasi persuasif, dan representasi nilai-nilai Islam. Data diinterpretasikan menggunakan Teori Komunikasi Persuasif dan Teori Difusi Inovasi untuk menjelaskan karakteristik konten Nadia Omara sebagai media dakwah digital. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan hasil analisis konten terhadap berbagai referensi ilmiah yang relevan sehingga diperoleh interpretasi yang memiliki validitas konseptual dan akademik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Konten

Hasil analisis terhadap berbagai konten YouTube Nadia Omara menunjukkan bahwa karakter utama kontennya terletak pada penggunaan *storytelling* sebagai strategi utama dalam

menyampaikan informasi kepada audiens. Berbeda dengan penyampaian dakwah yang dilakukan melalui ceramah formal, Nadia Omara mengemas berbagai kisah sejarah Islam, perjalanan para nabi, kisah sahabat, sejarah peradaban, hingga cerita-cerita yang mengandung nilai moral ke dalam bentuk narasi yang runtut, komunikatif, dan mudah dipahami. Pola penyampaian tersebut menjadikan pesan-pesan keislaman tidak disampaikan secara langsung dalam bentuk nasihat, melainkan dihadirkan melalui alur cerita yang membangun rasa ingin tahu sekaligus mengajak audiens melakukan refleksi terhadap nilai-nilai yang terkandung di dalamnya (Gustina, 2020).

Analisis isi juga menunjukkan bahwa konten Nadia Omara memiliki karakteristik yang memadukan unsur edukasi (*education*) dan hiburan (*entertainment*) atau *edutainment*. Tema-tema yang diangkat tidak terbatas pada kisah Islami, tetapi juga meliputi sejarah dunia, kriminalitas, misteri, biografi tokoh, serta fenomena sosial yang kemudian dihubungkan dengan nilai-nilai moral dan kemanusiaan. Strategi tersebut menjadikan kontennya memiliki jangkauan audiens yang lebih luas karena mampu menarik perhatian penonton yang awalnya datang untuk memperoleh hiburan, namun pada saat yang sama memperoleh pengetahuan dan pesan-pesan moral. Konten Nadia Omara tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai media edukasi yang memanfaatkan pendekatan naratif untuk menyampaikan pesan secara lebih efektif (Harnadi, 2017).

Karakteristik lain yang ditemukan adalah penggunaan gaya bahasa yang komunikatif, sederhana, dan dekat dengan bahasa sehari-hari. Penyampaian cerita dilakukan secara ekspresif dengan intonasi yang konsisten, penggunaan ilustrasi yang mudah dipahami, serta sapaan khas kepada audiens yang membangun kedekatan emosional. Kombinasi tersebut menghasilkan pengalaman komunikasi yang lebih personal dibandingkan dengan penyampaian dakwah yang bersifat formal. Dari perspektif komunikasi persuasif, cara penyampaian tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas pesan tidak hanya ditentukan oleh isi materi, tetapi juga oleh kemampuan komunikator dalam membangun perhatian, ketertarikan, dan keterlibatan audiens melalui teknik penyampaian yang sesuai dengan karakter media digital.

Representasi nilai-nilai dakwah dalam konten Nadia Omara lebih banyak disampaikan secara implisit dibandingkan eksplisit. Nilai-nilai seperti kejujuran, amanah, kesabaran, tanggung jawab, ketakwaan, dan pentingnya mengambil hikmah dari setiap peristiwa tidak selalu disampaikan melalui kutipan ayat Al-Qur'an ataupun hadis, tetapi dibangun melalui alur cerita dan penjelasan yang bersifat reflektif. Model penyampaian seperti ini menunjukkan adanya transformasi bentuk dakwah pada era digital, yaitu dari komunikasi yang bersifat instruksional menuju komunikasi

yang lebih dialogis dan kontekstual. Konten Nadia Omara dapat dipandang sebagai salah satu bentuk inovasi media dakwah yang memanfaatkan kekuatan storytelling untuk menyampaikan nilai-nilai Islam sesuai dengan karakteristik masyarakat digital.

Jenis Konten di Media Sosial adalah media yang memungkinkan setiap individu untuk saling dapat bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi dan menjalin kerjasama. Dalam pembagian jenis media sosial ini merupakan upaya untuk melihat berbagai jenis media sosial, bukan membatasi pada perkembangan platform di internet dan aplikasi di perangkat telepon genggam (handphone). Jenis-jenis media sosial sebagai berikut: (Putri, 2015).

1. Social net working

Jejaring sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk membuat akun pribadi, terhubung dengan orang lain, serta melakukan berbagai interaksi seperti berbagi informasi, foto, video, dan komentar. Contoh dari media ini adalah Facebook, Instagram, dan Twitter (Setiadi, 2022).

Salah satu kelebihan jejaring sosial adalah kemampuannya mempercepat komunikasi dan memperluas hubungan sosial tanpa batas geografis. Media ini juga banyak digunakan untuk promosi bisnis dan penguatan identitas pribadi. Namun demikian, kelemahannya mencakup risiko privasi, penyebaran informasi yang tidak benar, serta potensi kecanduan yang dapat memengaruhi kesehatan mental dan produktivitas pengguna

2. Blog

Blog merupakan platform digital yang berisi kumpulan tulisan yang dibuat oleh individu atau kelompok, biasanya memuat opini, informasi, atau pengalaman tertentu. Blog digunakan sebagai sarana berbagi pengetahuan dan ide, dan dapat dikelola melalui platform seperti WordPress atau Blogger (Jonathan, 2024).

Kelebihan blog terletak pada kebebasan menulis secara mendalam dan sistematis, serta potensinya dalam membangun reputasi atau keahlian dalam suatu bidang tertentu. Blog juga bisa menjadi sumber penghasilan melalui kerja sama iklan. Kekurangannya adalah blog kurang interaktif jika dibandingkan dengan media sosial, serta memerlukan usaha konsisten dalam menulis dan memperbarui konten agar tetap menarik dan relevan.

3. Social Sharing (Media Berbagi)

Media berbagi adalah platform yang dirancang untuk menyebarkan konten multimedia seperti video, gambar, atau audio kepada publik secara luas. Contoh media ini antara lain YouTube,

TikTok, dan Pinterest (Huzaini, 2023). Kelebihannya adalah kemampuannya menyampaikan pesan secara menarik dan mudah dipahami melalui visual, sehingga efektif untuk edukasi, hiburan, maupun promosi. Konten di media berbagi berpotensi viral dalam waktu singkat. Media ini juga memiliki kelemahan, seperti tingginya tuntutan kreativitas dalam pembuatan konten dan risiko penyalahgunaan karya, serta algoritma platform yang bisa membatasi distribusi konten.

4. Forum

Forum diskusi adalah platform daring yang digunakan untuk bertukar pendapat atau mencari solusi dalam suatu topik tertentu melalui percakapan berbasis teks. Situs seperti Kaskus, Reddit, dan Quora merupakan contoh forum yang populer (Gardenia. & Hardaya, 2014). Forum memiliki kelebihan dalam menciptakan diskusi yang mendalam dan fokus pada topik tertentu, serta memungkinkan terbentuknya komunitas pengguna yang aktif dan saling membantu. Meskipun demikian, kekurangannya terletak pada potensi lambatnya respons, kualitas informasi yang tidak selalu dapat diverifikasi, serta risiko pembahasan menyimpang jika tidak ada moderasi yang memadai.

K. Anderson mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai perilaku komunikatif dengan tujuan mengubah keyakinan, sikap atau perilaku orang atau kelompok lain melalui transmisi beberapa pesan. Dalam komunikasi yang meyakinkan, diinginkan perubahan perilaku, keyakinan dan sikap yang akan lebih stabil, seolah-olah perubahan ini bukan atas kehendak komunikator, melainkan atas kehendak komunikan itu sendiri (Mulyana, 2014).

Percakapan yang meyakinkan ini memperkuat, mengilustrasikan, dan menginformasikan kepada audiens. Namun, tujuan utamanya adalah untuk memperkuat atau mengubah sikap dan perilaku, sehingga fakta, opini, dan daya tarik motivasional harus berfungsi untuk memperkuat tujuan persuasif (Rouly Pandjaitan et al., 2016).

Teori difusi inovasi yang dikembangkan Everett M Rogers dikenal luas sebagai teori yang membahas keputusan inovasi. Melalui buku *Diffusion of Innovation (DOI)*, Rogers (1983) menawarkan konsep difusi inovasi berikut kecepatan sebuah sistem sosial menerima ide ide baru yang ditawarkan sebuah inovasi. Teori Rogers ini hingga kini banyak dirujuk para peneliti khususnya saat membahas soal difusi inovasi.

Saverin-Tankard Jr (2005) mengatakan riset difusi inovasi karya Rogers paling terkenal dan dihormati secara luas. Rogers mengkaji hampir 4.000 publikasi difusi untuk merevisi teori tentang proses keputusan inovasi sebelumnya. Peningkatan yang sangat besar dalam riset difusi saat itu.

Peneliti tertarik menggunakan perspektif Rogers (1983) tentang karakteristik inovasi guna membantu menjelaskan niat konsumen Solopos edisi cetak untuk mengadopsi koran Solopos epaper. Inovasi adalah sebuah ide, praktik atau objek yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru oleh individu. Sedangkan difusi merupakan proses mengkomunikasikan sebuah inovasi melalui saluran komunikasi tertentu dalam waktu tertentu kepada anggota sistem sosial. Adopsi akan terjadi ketika individu menggunakan secara penuh sebuah inovasi ke dalam praktek sebagai pilihan terbaik (Mailin, dkk, 2022: 158-168).

B. Profil Nadia Omara



Gambar 1. Profil Nadia Omara

Nadia Omara merupakan kreator konten YouTube yang dikenal melalui penyampaian cerita (*storytelling*) bertema sejarah, kriminalitas, misteri, hingga kisah-kisah Islam. Lulusan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia ini mulai dikenal publik melalui video bertema sejarah dan kriminal yang dikemas secara naratif sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Hingga penelitian ini dilakukan, kanal YouTube Nadia Omara telah memiliki sekitar 12,3 juta subscribers, menjadikannya salah satu kanal *storytelling* terbesar di Indonesia. Jumlah pengikut yang besar tersebut menunjukkan bahwa Nadia Omara memiliki jangkauan komunikasi yang luas sehingga kontennya berpotensi menjadi media penyebaran nilai-nilai moral kepada masyarakat digital (Heny 2024).

Hasil analisis isi menunjukkan bahwa konten pada kanal YouTube Nadia Omara dapat dikelompokkan ke dalam delapan segmen utama, yaitu Kisah Horror Wawak (KHW), Crime Story, Horror Story, History, Biography, Conspiracy, Unsolved, dan Kisah Para Nabi dan Sahabat. Keberagaman tema tersebut memperlihatkan bahwa Nadia Omara tidak memosisikan kanalnya

sebagai kanal dakwah konvensional, melainkan sebagai kanal *storytelling* edukatif yang memanfaatkan berbagai tema populer untuk membangun ketertarikan audiens. Dari seluruh segmen tersebut, hanya Kisah Para Nabi dan Sahabat yang secara eksplisit memuat materi keislaman. Sementara itu, tujuh segmen lainnya lebih banyak mengangkat fenomena sosial, sejarah, kriminalitas, maupun misteri yang pada pandangan awal tidak dapat dikategorikan sebagai konten dakwah (Sephira Larasati, 2022).

Storytelling adalah teknik penyampaian pesan melalui cerita yang menarik dan mudah diingat, membuat pesan lebih bermakna dan menyentuh emosi audiens (Pryanka, 2025). Dalam dakwah, storytelling bisa digunakan untuk mengisahkan kisah inspiratif atau pengalaman religius yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens, sehingga mereka lebih tergerak untuk memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka (Guber, 2011). Guber, P. (2011). *Tell to win: Connect, persuade, and triumph with the hidden power of story* Crown Currency. Berikut adalah pembagian tema konten yang disajikan oleh Nadia Omara di kanal YouTube-nya:

1. Kisah Horror Wawak (KHW)

Segmen ini menampilkan cerita-cerita horor yang dikirimkan oleh penonton melalui email. Setiap minggu, Nadia membacakan dan menceritakan kisah-kisah tersebut dengan gaya bercerita khasnya yang ekspresif dan penuh emosi. Konten ini menjadi salah satu yang paling populer di kanal Nadia Omara, dengan banyak penonton yang merasa terhubung secara emosional dengan cerita-cerita yang dibawakan.

2. Crime Story

Dalam segmen ini, Nadia membahas kasus-kasus kriminal nyata dari berbagai belahan dunia, mengungkap fakta-fakta mengejutkan dan detail-detail yang jarang diketahui publik. Konten ini menyajikan informasi yang mendalam dan analisis yang tajam, menarik minat penonton yang menyukai cerita kriminal dan misteri.

3. Horror Story

Segmen ini berfokus pada cerita-cerita horor yang tidak hanya berasal dari penonton, tetapi juga dari berbagai sumber lain, termasuk kisah-kisah mistis yang terjadi di masyarakat. Nadia menyampaikan cerita-cerita ini dengan penuh ketegangan dan atmosfer yang mencekam, membuat penonton merasa seolah-olah berada di dalam cerita tersebut.

4. History

Segmen ini menyajikan kisah-kisah sejarah dari berbagai peradaban dan peristiwa penting dalam sejarah dunia. Nadia mengemas cerita-cerita sejarah ini dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, memberikan wawasan baru bagi penonton yang tertarik dengan sejarah.

5. Biografi

Dalam segmen ini, Nadia membahas kehidupan tokoh-tokoh terkenal, baik dari masa lalu maupun masa kini. Cerita-cerita inspiratif tentang perjuangan dan pencapaian tokoh-tokoh tersebut disajikan dengan cara yang menginspirasi dan memotivasi penonton.

6. Konspirasi

Segmen ini mengulas berbagai teori konspirasi yang berkembang di masyarakat, baik yang sudah terbukti kebenarannya maupun yang masih menjadi misteri. Nadia menyajikan informasi dan analisis yang objektif, memungkinkan penonton untuk memahami berbagai sudut pandang tentang teori-teori konspirasi tersebut.

7. Unsolved

Segmen ini berfokus pada kasus-kasus misterius yang belum terpecahkan hingga saat ini. Nadia membahas detail-detail kasus tersebut, mengajak penonton untuk berpikir kritis dan mencoba mencari jawaban atas misteri yang ada.

8. Kisah Para Nabi dan Sahabat

Segmen ini menyajikan kisah-kisah inspiratif dari kehidupan para nabi dan sahabat dalam sejarah Islam. Cerita-cerita ini tidak hanya memberikan wawasan sejarah, tetapi juga mengandung nilai-nilai moral dan spiritual yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan beragam tema konten tersebut, Nadia Omara berhasil menarik perhatian audiens dari berbagai kalangan, memberikan hiburan sekaligus edukasi yang bermanfaat.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa nilai-nilai dakwah tidak hanya muncul melalui penyampaian materi keagamaan secara langsung, tetapi juga direpresentasikan secara implisit melalui konstruksi narasi yang dibangun dalam setiap cerita. Pada segmen Crime Story, misalnya, berbagai kasus kriminal selalu diakhiri dengan refleksi mengenai akibat dari keserakahan, kebencian, penyalahgunaan kekuasaan, maupun hilangnya nilai kemanusiaan. Pesan tersebut secara tidak langsung mengandung ajakan untuk menjauhi perilaku tercela serta menegaskan nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab yang merupakan bagian dari ajaran Islam. Demikian pula pada segmen History dan Biography, cerita mengenai perjalanan tokoh atau suatu peristiwa sejarah tidak hanya disampaikan sebagai informasi, tetapi juga disertai pelajaran moral mengenai

kepemimpinan, perjuangan, keteguhan, serta pentingnya mengambil hikmah dari pengalaman masa lalu.

Representasi nilai dakwah juga ditemukan pada segmen Kisah Horror Wawak, Horror Story, Conspiracy, dan Unsolved. Walaupun konten tersebut berangkat dari cerita horor, misteri, atau kasus yang belum terpecahkan, pola penyampaian Nadia Omara cenderung menekankan pentingnya bersikap kritis, tidak mudah mempercayai informasi tanpa verifikasi, menghindari perilaku yang bertentangan dengan norma agama, serta menyadari keterbatasan manusia di hadapan kekuasaan Tuhan. Pada bagian akhir narasi, audiens sering diarahkan untuk mengambil hikmah dari cerita yang disampaikan, bukan sekadar menikmati unsur hiburannya. Fungsi konten tidak berhenti pada aspek *entertainment*, tetapi berkembang menjadi media refleksi moral yang mendorong audiens melakukan evaluasi terhadap perilaku dan nilai-nilai kehidupan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik dakwah digital pada kanal Nadia Omara tidak dibangun melalui ceramah atau penyampaian dalil secara langsung, melainkan melalui strategi storytelling yang mengintegrasikan hiburan, edukasi, dan pesan moral dalam satu narasi. Pendekatan ini selaras dengan Teori Komunikasi Persuasif yang menjelaskan bahwa efektivitas penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator membangun perhatian, keterlibatan emosional, dan proses refleksi audiens melalui narasi yang menarik. Dari perspektif Teori Difusi Inovasi, model penyampaian tersebut merupakan bentuk inovasi dakwah digital karena memanfaatkan format konten populer yang lebih mudah diterima oleh masyarakat media sosial. Kebaruan penelitian ini terletak pada temuan bahwa nilai-nilai dakwah pada konten Nadia Omara tidak hanya hadir dalam segmen keagamaan, tetapi juga direpresentasikan secara implisit melalui konten kriminal, sejarah, misteri, dan horor yang dikemas dalam bentuk storytelling sehingga memperluas makna dakwah di era media sosial.

C. Gaya Bahasa dalam Konten Digital: Identitas dan Daya Tarik Naratif Nadia Omara

Hasil analisis menunjukkan bahwa salah satu karakteristik utama konten Nadia Omara terletak pada penggunaan gaya bahasa yang komunikatif, naratif, dan persuasif. Penyampaian cerita dilakukan dengan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, serta dipadukan dengan intonasi yang stabil, ekspresi yang natural, dan alur cerita yang sistematis. Karakteristik tersebut menjadikan berbagai tema yang kompleks, seperti sejarah, kriminalitas, misteri, maupun kisah-kisah Islam, dapat diterima oleh audiens secara lebih mudah dibandingkan apabila disampaikan dalam bentuk ceramah yang bersifat formal. Penggunaan sapaan khas "wak" menjadi identitas

komunikasi yang membangun kedekatan simbolik antara kreator dan audiens sehingga menciptakan suasana komunikasi yang lebih personal dan interaktif (Fairuzabad, 2022).

Dari Teori Komunikasi Persuasif, efektivitas gaya bahasa Nadia Omara tidak semata-mata terletak pada informasi yang disampaikan, tetapi pada kemampuannya membangun keterlibatan emosional (*emotional engagement*) selama proses bercerita. Teknik *storytelling* memungkinkan audiens mengikuti alur narasi secara bertahap sehingga pesan moral tidak diterima sebagai bentuk nasihat yang menggurui, melainkan sebagai hasil refleksi yang muncul setelah audiens memahami keseluruhan cerita. Proses tersebut menunjukkan bahwa persuasi berlangsung melalui identifikasi emosional terhadap tokoh, konflik, dan penyelesaian cerita. Ketika audiens menyaksikan konsekuensi dari tindakan tokoh dalam kisah kriminal, sejarah, maupun kisah para nabi, mereka secara tidak langsung melakukan evaluasi terhadap nilai benar dan salah. Proses penerimaan pesan berlangsung melalui mekanisme refleksi kognitif dan afektif, bukan melalui instruksi keagamaan yang bersifat langsung.

Analisis juga menunjukkan bahwa keberhasilan konten Nadia Omara dipengaruhi oleh kemampuannya mengintegrasikan unsur edukasi, hiburan, dan nilai moral dalam satu konstruksi narasi. Kombinasi tersebut menjelaskan mengapa kontennya mampu menjangkau audiens yang sangat luas meskipun tidak seluruhnya berorientasi pada tema keagamaan. Dalam Teori Difusi Inovasi, strategi ini dapat dipahami sebagai bentuk inovasi komunikasi dakwah yang menyesuaikan karakteristik masyarakat digital. Audiens media sosial cenderung lebih mudah menerima pesan yang dikemas dalam bentuk cerita dibandingkan penyampaian yang bersifat normatif. Penyisipan nilai-nilai seperti kejujuran, tanggung jawab, amanah, keadilan, kesabaran, serta pentingnya mengambil hikmah dari setiap peristiwa menjadi lebih efektif karena hadir secara implisit di dalam alur cerita. Model komunikasi ini menunjukkan bahwa dakwah digital tidak selalu diwujudkan melalui penyampaian dalil secara eksplisit, tetapi juga melalui internalisasi nilai-nilai Islam dalam narasi yang relevan dengan pengalaman kehidupan sehari-hari.

Gaya bahasa dalam konten Nadia Omara dapat dipahami sebagai bagian integral dari strategi komunikasinya. Bukan hanya sekadar cara berbicara, melainkan sarana membangun interaksi, menyampaikan makna, dan membentuk nilai. Studi terhadap gaya bahasanya membuka ruang pemahaman lebih lanjut mengenai bagaimana konten digital dapat membentuk identitas naratif dan mempengaruhi pola komunikasi dakwah di era media sosial. Cara audiens Muslim memahami dan menafsirkan pesan dakwah yang disampaikan dalam konten Nadia Omara.

1. Struktur dan Ciri Khas dalam Penyampaian Konten

Konten-konten yang dihasilkan oleh Nadia Omara memiliki gaya penyajian yang khas dan konsisten, yang membedakannya dari kreator lain di platform serupa. Ia dikenal menggunakan gaya naratif yang ekspresif namun tetap terkontrol, dengan artikulasi yang jelas, ritme bicara yang stabil, serta intonasi suara yang nyaman untuk didengar. Pendekatan ini menjadikan narasi yang disampaikan mudah dipahami dan diterima oleh audiens yang luas, termasuk mereka yang tidak memiliki latar belakang khusus terhadap tema yang diangkat. Nadia selalu melakukan pendalaman terhadap materi sebelum menyampaikan cerita, sehingga narasi yang dibawakan terasa kredibel dan bernuansa edukatif.

Unsur interaktif juga menjadi kekuatan tersendiri dalam kontennya. Sapaan khas “*wak*” yang ditujukan kepada audiens menciptakan nuansa akrab dan membangun hubungan simbolik antara komunikator dan komunikan. Nadia juga memperkuat suasana penceritaan dengan penggunaan musik latar (*background music*) yang disesuaikan dengan atmosfer cerita. Musik tersebut dirancang untuk mendukung alur tanpa mendominasi narasi, sehingga tetap menjaga fokus audiens pada isi cerita. Berbeda dengan konten bertema horor pada umumnya yang cenderung menghadirkan efek mengejutkan atau ketegangan yang berlebihan, Nadia menghadirkan kisah-kisahannya dengan gaya penyampaian yang santai dan mengalir, bahkan dalam bagian cerita yang mengandung unsur seram. Kadang kala, ia menyisipkan ekspresi wajah dan intonasi humoris yang membuat konten terasa lebih ringan dan humanis.

2. Aspek Edukasi dan Nilai Dakwah dalam Narasi

Selain memiliki nilai hiburan yang kuat, konten Nadia Omara juga mengandung dimensi edukatif yang signifikan. Banyak topik yang ia angkat berkaitan dengan sejarah, kriminalitas, misteri, hingga kisah-kisah bernuansa Islami dan moralitas. Setiap cerita tidak hanya bertujuan menghibur, tetapi juga menjadi sarana reflektif bagi penontonnya. Penyajian tema-tema tersebut dalam format yang menarik dan mudah diakses menjadi kekuatan tersendiri, karena memungkinkan audiens dari berbagai latar belakang usia dan pendidikan untuk memahami dan mengapresiasi isi kontennya.

Dalam komunikasi digital, konten Nadia juga dapat diposisikan sebagai media dakwah kontemporer. Melalui pendekatan naratif yang bersifat dialogis dan bersahabat, pesan-pesan keagamaan dan nilai-nilai sosial disampaikan tanpa kesan menggurui. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang ekspresi kreatif, tetapi juga dapat difungsikan

sebagai wahana literasi budaya dan spiritual yang efektif. Dengan memanfaatkan kekuatan narasi, visual, dan kedekatan emosional dengan audiens, Nadia Omara menunjukkan bahwa konten yang informatif sekaligus inspiratif mampu bersaing di tengah dominasi konten hiburan semata.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa proses penerimaan pesan oleh audiens tidak hanya dipengaruhi oleh substansi materi, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dikonstruksi dan disampaikan. Gaya bahasa yang komunikatif, penggunaan *storytelling*, serta kedekatan emosional yang dibangun Nadia Omara menciptakan proses resepsi yang memungkinkan audiens menafsirkan pesan moral berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang mereka miliki. Konten Nadia Omara tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan atau penyampai informasi, tetapi juga sebagai media dakwah digital yang mampu membangun refleksi moral melalui proses komunikasi persuasif yang kontekstual. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa efektivitas dakwah di media sosial bergantung pada kemampuan komunikator mengadaptasi bentuk penyampaian pesan sesuai karakteristik masyarakat digital tanpa mengurangi substansi nilai-nilai keislaman yang disampaikan.

Pengaruh ini dapat dilihat melalui berbagai aspek dalam kontennya, yang mencakup gaya hidup, hiburan, serta pesan-pesan yang disampaikannya. Menurut Siti Aulia Umami, peran konten yang diproduksi oleh Nadia Omara memberikan pengaruh signifikan terhadap persepsi dan sikap audiens Muslim, khususnya dalam konteks dakwah digital di era media sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan Fairuzzabad, (2022) yang menguraikan beberapa aspek penting yang menunjukkan bagaimana konten-konten tersebut membentuk pemahaman dan respons khalayak Muslim terhadap nilai-nilai keagamaan dan sosial melalui media daring.

a. Gaya hidup positif

Konten Nadia Omara sering kali mencerminkan gaya hidup positif yang dapat memotivasi dan menginspirasi pengikutnya. Dalam vlog dan konten sehari-hari, Nadia menunjukkan komitmen terhadap kebahagiaan, kesehatan mental, dan kehidupan yang seimbang, yang dapat membentuk persepsi positif tentang gaya hidup sehat dan bahagia.

b. Konten edukatif dan informatif

Nadia Omara juga sering membagikan konten edukatif, informatif. Dengan cara yang menghibur, ia memberikan informasi tentang berbagai topik, seperti kesehatan, kecantikan, dan gaya hidup sehat. Hal ini dapat memperkaya pengetahuan pengikutnya dan membentuk persepsi mereka terhadap berbagai aspek kehidupan.

c. Relatability dan authenticity

Keaslian Nadia Omara tercermin dalam kontennya, dan ini menciptakan rasa keterhubungan dengan pengikutnya. Keberanian untuk berbagi pengalaman pribadi, tantangan, dan kebahagiaan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara Nadia dan pengikutnya, memengaruhi persepsi bahwa kehidupan sehari-hari juga dapat dihadapi dengan keberanian dan ketulusan.

d. Penggunaan bahasa yang mudah di pahami

Bahasa yang digunakan oleh Nadia Omara dalam kontennya bersifat santai dan mudah dipahami. Ini memungkinkan kontennya dapat diakses oleh berbagai kalangan, memperluas jangkauan dan meningkatkan minat pengikut yang merasa dapat terhubung dengan cara yang lebih akrab.

e. Daya tarik visual dan kreativitas

Nadia Omara menonjolkan kreativitasnya melalui daya tarik visual dalam kontennya. Gaya editing, fotografi, dan presentasi kontennya dapat meningkatkan minat pengikut, membuat kontennya lebih menarik dan mudah diingat.

f. Keterlibatan dan responsive

Interaksi yang aktif dengan pengikut, baik melalui komentar atau pertanyaan, menciptakan rasa keterlibatan. Kemampuan Nadia Omara untuk merespons dan terlibat langsung dengan pengikutnya dapat meningkatkan minat mereka dan memperkuat hubungan. Penting untuk diingat bahwa pengaruh konten Nadia Omara dapat bersifat subjektif dan dapat berbeda bagi setiap individu. Melalui kombinasi elemen-elemen di atas, konten Nadia Omara berhasil membentuk persepsi positif dan minat yang tinggi di antara pengikutnya di platform media sosial.

D. Pemahaman terhadap Isi Dakwah

Dalam konteks dakwah digital, konten yang disajikan oleh Nadia Omara berhasil menjembatani antara pesan keagamaan dan kebutuhan hiburan generasi muda Muslim. Audiens Muslim, terutama dari kalangan remaja dan dewasa muda, menunjukkan antusiasme tinggi terhadap segmen-segmen naratif seperti kisah para nabi, tokoh sahabat, hingga pelajaran-pelajaran spiritual yang dibungkus dalam cerita sejarah atau misteri. Narasi ini bukan hanya informatif, tetapi juga bersifat reflektif dan menggugah secara emosional.

Menurut salah satu responden, *“Aku biasanya kurang tertarik sama ceramah agama yang formal, tapi kalau dengerin Nadia Omara bercerita, rasanya seperti dengar teman yang lagi sharing. Tapi tetap dapat nilai-nilai Islamnya”* (Wawancara, 5 Mei 2025).

Wawancara ini menggambarkan kecenderungan audiens muda untuk mengakses nilai-nilai keagamaan melalui format yang ringan, tidak kaku, dan dekat dengan keseharian mereka. Konsep ini dikenal sebagai *edutainment* penggabungan antara edukasi dan hiburan yang terbukti efektif menjangkau generasi digital. Pendekatan naratif yang digunakan Nadia Omara, dengan gaya ekspresif, penggunaan bahasa sehari-hari, serta ilustrasi visual yang kontekstual, membuat pesan dakwah tidak terasa menggurui, melainkan lebih seperti ajakan yang bersifat dialogis.

Perbandingan dengan metode dakwah konvensional menunjukkan pergeseran preferensi audiens Muslim. Jika sebelumnya dakwah banyak disampaikan melalui ceramah formal di ruang-ruang masjid atau majelis taklim, kini sebagian besar generasi muda lebih memilih mendengarkan kisah atau pengetahuan keislaman melalui media sosial. Hal ini memperkuat argumen bahwa pendekatan naratif dalam media digital mampu membentuk pemahaman keagamaan secara lebih fleksibel, personal, dan relevan bagi kebutuhan spiritual masyarakat modern.

Pendekatan naratif yang digunakan Nadia Omara, dengan gaya ekspresif, penggunaan bahasa sehari-hari, serta ilustrasi visual yang kontekstual, membuat pesan dakwah tidak terasa menggurui, melainkan lebih seperti ajakan yang bersifat dialogis. Sebagai contoh, ketika ia menyampaikan kisah tentang perjuangan Nabi Muhammad SAW atau para sahabatnya, nilai-nilai seperti kesabaran, keimanan, dan ketabahan disampaikan melalui alur cerita yang mengalir, bukan melalui ceramah formal. Audiens tidak hanya mendengar apa yang harus dilakukan, tetapi mereka *merasakan* makna dari pengalaman tokoh melalui narasi yang kuat dan emosional.

Perbandingan dengan metode dakwah konvensional memperlihatkan adanya pergeseran preferensi di kalangan audiens Muslim, khususnya generasi muda. Jika sebelumnya ceramah formal menjadi sarana utama penyampaian pesan keagamaan, kini media sosial dan pendekatan naratif dinilai lebih relevan dan efektif. Hal ini memperkuat argumen bahwa pendekatan komunikatif berbasis storytelling mampu membentuk pemahaman keislaman yang lebih membumi, personal, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat digital.

Banyak bentuk pesan yang disajikan oleh berbagai media, akan tetapi permasalahannya apakah pesan-pesan tersebut termasuk pesan dakwah. Karena pertanyaan tersebut, maka menjadi penting mengetahui batas-batas yang dapat memberikan ciri atau karakter pesan yang bermuatan dakwah dengan ciri atau karakter pesan dakwah yang tidak bermuatan dakwah.

Pesan dakwah tidak harus selalu memuat kata dakwah, tidak pula selalu harus ada ayat atau hadist yang dikutipnya. Selama ia berkomunikasi dengan mengandung ajakan atau pelaksanaan

untuk bertambah iman dan taqwa kepada Allah, menampakkan kebenaran, keadilan, kemaslahatan, dan seterusnya, dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan implementasi dari tauhid, maka ia termasuk pesan dakwah (Sambas, 2014)

E. Penafsiran Audiens Terhadap Konten Dakwah Nadia Omara Di Era Media Sosial

Penyampaian pesan dakwah melalui konten Nadia Omara tidak menghasilkan pemaknaan yang bersifat tunggal. Karakteristik konten yang memadukan *storytelling*, edukasi, dan hiburan memungkinkan audiens melakukan interpretasi yang beragam sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, serta kerangka berpikir yang dimiliki. Efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh proses resepsi audiens dalam memahami dan memaknai pesan tersebut. Untuk menjelaskan proses tersebut, penelitian ini menggunakan perspektif Teori Resepsi Stuart Hall, yang memandang bahwa makna suatu pesan tidak sepenuhnya ditentukan oleh komunikator, tetapi dibentuk kembali melalui proses interpretasi oleh audiens.

Berdasarkan teori tersebut, konten Nadia Omara dapat dipahami melalui tiga posisi resepsi. Pertama, *dominant-hegemonic reading*, yaitu ketika audiens menerima pesan sesuai dengan maksud komunikator. Dalam penelitian ini, posisi dominan tampak pada penafsiran bahwa berbagai kisah yang disampaikan Nadia Omara bukan sekadar hiburan, melainkan mengandung pesan moral dan nilai-nilai Islam yang dapat dijadikan bahan refleksi dalam kehidupan sehari-hari. Audiens pada posisi ini memandang bahwa kisah kriminal, sejarah, maupun kisah para nabi sama-sama mengajarkan pentingnya kejujuran, tanggung jawab, kesabaran, dan ketakwaan sehingga seluruh segmen konten dipahami sebagai bagian dari dakwah digital.

Kedua, *negotiated reading*, yaitu ketika audiens menerima sebagian pesan yang disampaikan, namun menyesuaikannya dengan pengalaman dan pandangan pribadi. Pada posisi ini, konten Nadia Omara lebih dipahami sebagai media edukasi dan hiburan (*edutainment*) yang sesekali memuat nilai-nilai moral. Audiens menikmati alur cerita, informasi sejarah, maupun kisah kriminal sebagai sumber pengetahuan, tetapi tidak selalu memaknainya sebagai aktivitas dakwah. Nilai-nilai keagamaan tetap diterima, namun lebih diposisikan sebagai pelengkap dari fungsi utama konten sebagai media informasi dan hiburan.

Ketiga, *oppositional reading*, yaitu ketika audiens menafsirkan pesan secara berbeda dengan tujuan komunikator. Dalam konten Nadia Omara, posisi ini dapat muncul ketika sebagian audiens memandang tema horor, konspirasi, atau kriminalitas semata-mata sebagai hiburan digital tanpa

menghubungkannya dengan pesan moral maupun nilai-nilai keislaman. Perbedaan penafsiran tersebut menunjukkan bahwa proses komunikasi digital bersifat dinamis karena setiap individu memiliki latar pengalaman, pengetahuan, dan orientasi yang berbeda dalam mengonstruksi makna terhadap suatu konten.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah digital tidak hanya bergantung pada kualitas materi yang disampaikan, tetapi juga pada kemampuan komunikator mengemas pesan sehingga membuka ruang refleksi bagi audiens. Melalui pendekatan *storytelling*, Nadia Omara tidak menyampaikan dakwah dalam bentuk ceramah yang bersifat normatif, melainkan melalui narasi yang memungkinkan audiens membangun makna secara mandiri. Nilai-nilai Islam dalam kontennya tidak selalu diterima secara eksplisit, tetapi sering kali diinternalisasi melalui proses interpretasi yang berbeda-beda sesuai dengan posisi resepsi masing-masing audiens. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa dakwah digital pada era media sosial merupakan proses komunikasi yang bersifat partisipatif, di mana makna dibentuk melalui interaksi antara pesan yang disampaikan dengan pengalaman sosial audiens.

Di era dakwah digital yang semakin berkembang, konten religius seperti yang disampaikan oleh Nadia Omara di media sosial memiliki dampak yang beragam terhadap audiens Muslim. Namun, respon audiens terhadap pesan dakwah ini tidak bersifat seragam. Perbedaan penafsiran sangat dipengaruhi oleh latar belakang masing-masing individu, baik dari sisi keagamaan, tingkat pendidikan, hingga usia dan pengalaman hidup. Dalam Proses penelitian, peneliti menemukan beberapa perbedaan dan factor audiens menafsirkan konten nadia omara sebagai media dakwah:

1. Latar Belakang Keagamaan

Audiens dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung menafsirkan konten Nadia Omara sebagai bentuk pengingat spiritual atau tuntunan moral. Mereka melihat dakwah tersebut sebagai penguat iman dan sarana refleksi diri. Audiens dengan latar belakang religius yang lebih moderat atau sekuler mungkin melihat konten serupa dengan pendekatan yang lebih terbuka atau selektif, menyesuaikan dengan kebutuhan spiritual mereka.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan juga berperan penting dalam membentuk persepsi audiens terhadap konten dakwah. Mereka yang memiliki pendidikan tinggi cenderung lebih analitis dan kritis terhadap cara penyampaian, keakuratan sumber, maupun relevansi pesan dengan konteks sosial kekinian. Selain itu, mereka mungkin lebih tertarik pada aspek edukatif dalam konten, seperti

penjelasan tafsir ayat, sejarah Islam, atau pendekatan psikologis dalam berdakwah.

3. Usia dan Pengalaman Pribadi

Usia dan pengalaman hidup memengaruhi bagaimana seseorang memaknai pesan dakwah. Penonton dari kalangan muda, yang lebih akrab dengan format media sosial dan gaya komunikasi santai, cenderung menempatkan konten Nadia Omara sebagai hiburan religius atau bentuk edutainment. Audiens yang lebih tua dengan pengalaman hidup dan spiritual yang lebih panjang lebih mungkin menilai konten tersebut sebagai penguat nilai-nilai religius yang relevan dengan kehidupan sehari-hari.

Penafsiran terhadap konten dakwah di media sosial tidak bisa dilepaskan dari konteks personal audiens. Latar belakang keagamaan, pendidikan, serta usia dan pengalaman hidup membentuk cara individu memaknai pesan yang mereka terima. Hal ini mempertegas bahwa dalam dunia dakwah digital, pemahaman terhadap karakteristik audiens menjadi kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan yang efektif dan berdampak. Sebagian penonton melihat kontennya sebagai pengingat keagamaan, sementara yang lain mungkin menganggapnya sebagai hiburan edukatif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten digital Nadia Omara berperan dalam membentuk persepsi dan sikap audiens Muslim melalui strategi *storytelling* yang mengintegrasikan unsur edukasi, hiburan, dan nilai-nilai moral keislaman. Pesan dakwah dalam kontennya tidak hanya disampaikan secara eksplisit melalui segmen Kisah Para Nabi dan Sahabat, tetapi juga direpresentasikan secara implisit pada segmen sejarah, kriminalitas, misteri, dan biografi melalui penyampaian pesan tentang kejujuran, amanah, tanggung jawab, kesabaran, keadilan, serta pentingnya mengambil hikmah dari setiap peristiwa. Gaya komunikasi yang komunikatif, naratif, dan dekat dengan karakteristik masyarakat digital menjadikan pesan-pesan tersebut lebih mudah diterima dan mendorong audiens melakukan refleksi terhadap nilai-nilai kehidupan tanpa merasa digurui.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi dakwah digital dengan menunjukkan bahwa efektivitas dakwah di media sosial tidak hanya ditentukan oleh penyampaian materi keagamaan secara langsung, tetapi juga oleh kemampuan kreator mengonstruksi narasi yang membangun keterlibatan emosional audiens. Penelitian ini

memperlihatkan bahwa *storytelling* dapat menjadi strategi komunikasi persuasif yang memperluas makna dakwah di ruang digital, di mana nilai-nilai Islam diinternalisasikan melalui cerita yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dakwah digital dapat berkembang dari model ceramah konvensional menuju model komunikasi yang lebih kontekstual, partisipatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi pengguna media sosial.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan *library research* dengan metode *content analysis*, sehingga analisis berfokus pada representasi pesan dakwah dalam konten dan belum mengkaji secara empiris proses penerimaan maupun perubahan sikap audiens. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kualitatif lapangan, seperti analisis resepsi, wawancara mendalam, atau *focus group discussion*, agar dapat mengidentifikasi secara lebih komprehensif bagaimana berbagai kelompok audiens memaknai konten Nadia Omara berdasarkan latar belakang sosial, budaya, maupun tingkat religiusitas mereka. Penelitian lanjutan juga dapat melakukan studi komparatif dengan kreator dakwah digital lainnya untuk memperkaya kajian mengenai efektivitas strategi komunikasi dakwah di era media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Jum'ah Amin, A. (1997). *Ad-Dakwah, Qawā'id Wa Usūl Fiqih Dakwah; Prinsip dan Kaidah Asasi Dakwah Islam*.
- Asfi Ma'ruf Fairuzzabad. (2022), Analisis Fungsi Media Pada Konten Youtube Chanel Nadia Omara. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol 5, No 1
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azuna Vion Harnadi. (2017). Analisis Konten Serial Film Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran. *Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan* 6, no. 4
- Brand: Studi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand. *Jurnal Komunikasi Indonesiat* 4, no. 2
- Efendi, E., Purba, R., & Naibaho, T. D. F. B. (2023). Media Dakwah Di Era Globalisasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 27(2), 80–89.
- Finy F. Basarah dan Gustina. (2020), Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial. *Jurnal Jurnal Abdi Masyarakat* 5, no. 2
- Gardenia., Y., & Hardaya, A. (2014). Perancangan Forum Diskusi Universitas Suryadarma Berbasis Website Dan Aplikasi Android. *Jurnal Sistem Informasi Universitas Suryadarma*, 8(1), 203–212. <https://doi.org/10.35968/jsi.v8i1.617>
- Hafifudin, D. (1998). *Dakwah Aktual*. Gema Insani Press.
- Halik, Abdul. (2013), *Komunikasi Massa*. Makasaar: Alaluddin University Press.
- Heny Trie Dina Aliya, Dkk : *Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat*, Volume 3, Nomor 1, Februari 2024; 178-187

- Huzaini, A. F. (2023). Tren berbagi di media tiktok dan personal social responsibility influencer. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 9(2), 228–241. <https://doi.org/10.52434/jk.v9i2.1889>
- Jonathan, S. (2024). Apa Itu Blog? Pengertian Blog, Blogging, dan Blogger. S1 PJJ INFORMATIKA. <https://bolif.telkomuniversity.ac.id/apa-itu-blog-pengertian-blog-blogging-dan-blogger/#:~:text=Sejarah Blog dan Blogging,dan memperkuat strategi pemasaran digital.>
- Kahmad, D. (2002). *Tarekat dalam Islam, Spiritualitas Masyarakat Modern*. Bandung:Pustaka Setia.
- Mailin, Gepeng Rambe, Abdi Ar-Ridho, Candr : *Teori Media/Teori Difusi Inovasi*. (Hlm. 158- 168) 167 vol 6 :2022
- Muhtadi, A. S. (2005). *Pribumisasi Islam; Ikhtiar Menggagas Fiqh Kontektual*.Bandung:Pustaka Setia. Mulyana, Deddy. *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*, PT Remaja Rosdakarya 201
- Natsir, M. (1987). *Fiqhud Da'wah*. Kerjasama Yayasan Kesejahteraan Pemuda Islam dan Ramadhani. Surakarta.
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)*. 02(03), 793–800.
- Omara: *Kisah Horror Wawak 25 Part*. Skripsi: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Universitas Islam Sultan Agung
- Ridwan, K. (1987). *Metode Dakwah dalam Menghadapi Tantangan Masa Depan*.Jakarta:Golden Terayon Press.
- Rouly Pandjaitan, D. H., Driya Wiryawan, Ms. S., Jurusan Manajemen, M., & Ekonomi Dan Bisnis, (2016). *Komunikasi Bisnis (Modul Ber-Isbn)*
- Sambas, Syukmadi. *Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Bandung: Benang Merah Pers, 2004. Sephira Larasati. (2022), *Penggunaan Gaya Bahasa Personifikasi Pada Konten Youtube Nadia*
- Setiadi, A. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>.
- Syukmadi Sambas, *Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Bandung: Benang Merah Press, 2014 hal 14.
- Vega Karina Andira Putri. (2015), *Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran*
- Yaqub, H. (1981). *Publistik Islam*. Bandung: CV. Diponegoro.