Proceeding of the 4rd FUAD's International Conference on Strengthening Islamic Studies (FICOSIS)
Vol 4 (2025)
Faculty of Ushuluddin, Adab and Dakwah UIN Ponorogo

DEKONSTRUKSI PESAN FIKIH KONTEMPORER: Analisis Pesan Dakwah Ustad Kalcer Episode Mahar Pernikahan

Angga Nur Rohman
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
angga.rohman@uinsa.ac.id

Abstrak

Pesan fikih Islam sering kali disajikan melalui wacana keagamaan tradisional yang serius, kaku, dan kurang adaptif terhadap realitas audiens kontemporer, terutama generasi muda digital. Kecenderungan ini menciptakan jurang komunikasi. Di tengah tantangan tersebut, muncul fenomena pendakwah di media sosial seperti @bachrululum (dikenal sebagai "Ustad Kalcer") yang menyampaikan fikih dengan gaya santai, humoris, dan relevan dengan budaya populer ('kalcer'). Inovasi komunikasi keagamaan ini menuntut analisis mendalam. Penelitian ini bertujuan menganalisis dekonstruksi pesan fikih kontemporer dalam pesan dakwah episode mahar pernikahan, berjudul "Menikah dengan mahar seperangkat alat manual brew". Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika multimodal, studi ini mengeksplorasi bagaimana tanda-tanda visual dan verbal (leksikon "kalcer", humor) berinteraksi untuk mereinterpretasi konsep fikih tentang mahar. Hasilnya menunjukkan bahwa video secara efektif mendekonstruksi pemahaman tradisional tentang ruang dakwah dan citra otoritas keagamaan. Sinergi multimodal ini berhasil memperluas makna "mahar" hingga mencakup benda-benda modern dan non-konvensional, seperti alat manual brew. Sinergi ini menghasilkan pesan dakwah yang fleksibel, adaptif, dan relevan. Penelitian ini mengkonfirmasi potensi semiotika dalam memahami inovasi komunikasi keagamaan dan berkontribusi pada pengembangan teori semiotika dakwah digital, serta memberikan implikasi praktis bagi pendakwah.

Kata kunci: Semiotika, Dekonstruksi, Fikih Mahar, Dakwah Digital, Ustad Kalcer

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental lanskap penyebaran informasi, termasuk dalam konteks komunikasi keagamaan(Hoover & Echchaibi, 2023b). Fakta menunjukkan bahwa platform media sosial, khususnya yang berbasis video pendek vertikal seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts, kini menjadi kanal utama bagi jutaan individu untuk mengakses dan berinteraksi dengan konten-konten dakwah Islam(Hoover & Echchaibi, 2023a). Data dari Statista (2024) mengindikasikan dominasi format video pendek vertikal dalam konsumsi

konten digital global, mendorong para kreator konten keagamaan untuk mengadopsi gaya komunikasi adaptif guna menjangkau audiens yang semakin beragam, terutama generasi milenial dan Gen Z yang merupakan *digital native(A. N. Rohman et al., 2023)*.

Di tengah transformasi ini, muncul berbagai figur pendakwah dengan gaya komunikasi yang inovatif dan relevan dengan budaya populer kontemporer, seringkali disebut sebagai "Ustad Kalcer", menjadi sebuah akronim dari "kultur anak muda" atau "kekinian"(Setyowati et al., 2020). Para pendakwah ini berhasil mengemas materi-materi keagamaan yang secara tradisional dianggap formal dan kompleks, seperti pembahasan mengenai fikih, menjadi lebih ringan, menarik, dan mudah dicerna. Fenomena tersebut tergambar dari salah satu akun Instagram @bachrululum yang membawakan pesan-pesan positif bercampur dengan komedi yang dikemas melalui reels Instagram.

Nama asli Muhamad Bachrul Alam, dikenal sebagai seorang Komika dan kreator konten di media sosial. Lulusan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jurusan Pendidikan Bahasa Arab. Latar belakang akademik keagamaan ini memberikan kredibilitas pada substansi konten fikihnya, meskipun penyampaiannya non-konvensional. Bachrul Alam dikenal sebagai pelawak tunggal (komika). Ia pernah mengikuti kompetisi seperti *Stand Up Comedy Academy* (SUCA) dan *Stand Up Comedy Indonesia* (SUCI X). Pengalaman ini sangat memengaruhi gaya komunikasinya yang cenderung humoris, sarkas, dan satir. Julukan ini merupakan gabungan dari otoritas keagamaan dan budaya populer/anak muda. Akun Instagram @bachrulalam dikenal sebagai *influencer* dakwah yang menyajikan konten keagamaan dengan pendekatan yang unik dan modern. Jumlah followersnya saat ini sudah mencapai 416 ribu dengan retensi penonton yang baik melalui rata-rata like 7,5 ribu dan *engagement* 1,7%.

Problem penelitian muncul ketika materi fikih yang memiliki kaidah dan batasan tertentu disajikan melalui medium yang cenderung santai dan personal, tanpa mengurangi esensi hukum Islam. Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana esensi ajaran fikih dapat dipertahankan dan dimaknai secara tepat di tengah gaya penyampaian yang "kalcer" dan visual yang dominan. Secara spesifik, permasalahan inti yang ingin dijawab adalah bagaimana tanda-tanda visual dan verbal dalam konten dakwah tersebut bekerja untuk mengkonstruksi dan merepresentasikan fikih mahar pernikahan yang tetap valid secara syariat namun relevan secara kultural bagi audiens kontemporer(Junisti, 2020).

Penelitian ini mendasarkan diri pada teori semiotika sebagai pisau analisis utama. Semiotika, sebagai studi tentang tanda dan makna, memungkinkan pembongkaran lapis-

lapis pesan yang disampaikan melalui berbagai media komunikasi(A. N. Rohman & Zuhriyah, 2023). Dalam konteks ini, semiotika Barthesian(Wahju Wibowo, 2006) sangat relevan untuk menguraikan makna denotatif (makna literal) dan konotatif (makna asosiatif, kultural, atau ideologis) dari setiap tanda. Misalnya, secara denotatif, "seperangkat alat manual brew" adalah peralatan pembuat kopi, namun secara konotatif, ia bisa merepresentasikan gaya hidup modern, hobi, atau bahkan investasi yang bernilai. Lebih lanjut, analisis juga akan memanfaatkan konsep semiotika Peirce(Seto & Wibowo, 2013) untuk mengklasifikasikan tanda menjadi ikon (berdasarkan kemiripan), indeks (berdasarkan hubungan sebab-akibat), dan simbol (berdasarkan konvensi), yang membantu memahami bagaimana objek-objek modern seperti "mesin kopi La Marzocco" atau "robot FamilyMart" berfungsi sebagai tanda dalam konteks mahar. Pendekatan dekonstruksi(Wahju Wibowo, 2006) dalam semiotika akan digunakan untuk membongkar asumsi-asumsi tersembunyi dan mengungkapkan bagaimana pesan fikih yang disajikan mereinterpretasi atau memperluas pemahaman tradisional tentang mahar, memungkinkan adanya fleksibilitas syariat dalam konteks kekinian.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji adaptasi dakwah di era digital. Misalnya, penelitian oleh Putra dan Nurhayati (2020) menyoroti penggunaan TikTok sebagai media dakwah bagi milenial, namun belum mendalam pada analisis semiotika terhadap konstruksi pesan fikih yang spesifik. Studi lain oleh Hidayat dan Subhan (2019) menganalisis komunikasi persuasif dalam dakwah via YouTube, tetapi lebih berfokus pada strategi retoris daripada pembongkaran tanda visual dan verbal secara semiotis mendalam. Sementara itu, kajian tentang fikih mahar pernikahan umumnya bersifat normatif atau komparatif antar-mazhab (Al-Zuhayli, 2003), dan jarang yang mengaitkannya dengan representasi media dan konteks budaya pop.

Novelty atau kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, fokus pada dekonstruksi semiotik secara eksplisit terhadap konten dakwah fikih yang disampaikan dengan gaya "kalcer" pada akun Instagram @bachrululum, yang jarang ditemukan dalam studi sebelumnya. Kedua, analisis mendalam pada interaksi sinergis antara tanda visual dan verbal dalam video pendek vertikal sebagai moda komunikasi dakwah yang spesifik. Ketiga, kajian ini menawarkan perspektif baru tentang bagaimana fikih mahar diinterpretasikan dan direpresentasikan untuk menjawab tantangan kontemporer, dengan menyoroti objek mahar yang "tidak konvensional" seperti peralatan kopi mahal atau robot. Sumbangsih penelitian ini diharapkan dapat memperkaya

khazanah keilmuan komunikasi Islam dan semiotika, serta memberikan wawasan praktis bagi para pendakwah dalam merumuskan strategi komunikasi yang relevan dan efektif di era digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini Adalah mengidentifikasi dan menganalisis tanda-tanda visual dan verbal dalam konten dakwah "Ustad Kalcer" episode mahar pernikahan untuk mengetahui bentuk dekontruksi pesan fikih kontemporer tentang mahar pernikahan

METODE PENELITIAN

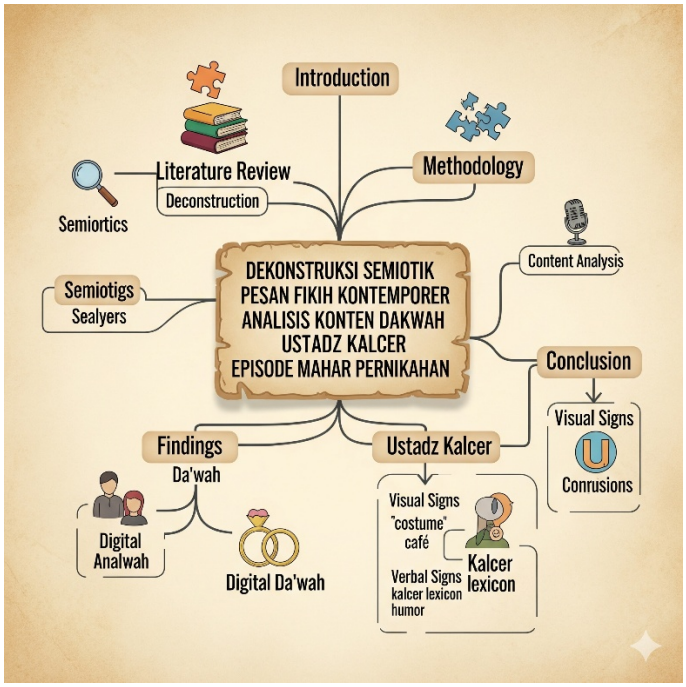
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan rancangan studi kasus (case study), berfokus pada analisis semiotika multimodal. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana makna dikonstruksi dalam konteks sosial dan budaya, terutama dalam fenomena komunikasi dakwah digital yang baru(Sugiono, 2014). Analisis semiotika digunakan sebagai metode utama untuk membongkar tanda-tanda visual dan verbal, serta interpretasinya dalam membangun pesan dakwah.

Subjek penelitian adalah konten video pendek vertikal dari akun Instagram @bachrululum "Ustad Kalcer" yang berjudul "Menikah dengan mahar seperangkat alat manual brew". Video ini diunggah di platform media sosial Instagram dan dipilih karena secara eksplisit membahas topik fikih mahar dengan gaya komunikasi yang relevan dengan fenomena "Ustad Kalcer" dan memiliki interaksi signifikan dengan audiens, menjadikannya kasus yang kaya untuk analisis semiotika(Hardani et al., 2020).

Dalam penelitian kualitatif dengan studi kasus analisis semiotika, konsep populasi dan sampel tidak berlaku secara kuantitatif. Subjek penelitian (video tunggal) merupakan unit analisis yang representatif karena secara intrinsik mengandung fenomena komunikasi dakwah "kalcer" yang ingin dikaji. Fokus adalah pada kedalaman interpretasi satu kasus yang kaya data, bukan pada generalisasi statistik(Suwartono, 2014).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis melalui langkah-langkah berikut: *Pertama*, Observasi dan Transkripsi Data (Data Collection), yakni: Melakukan observasi berulang terhadap video yang menjadi subjek penelitian, Membuat transkripsi penuh terhadap narasi (data verbal) dan deskripsi rinci terhadap data visual (kostum, *setting*, gestur) dan audio (musik, *sound effects*) yang muncul dalam video. *Kedua*, Reduksi Data dan Koding (Data Reduction), yakni: Mengidentifikasi dan memilah unit-unit tanda semiotik yang signifikan dalam video, seperti: penggunaan kata

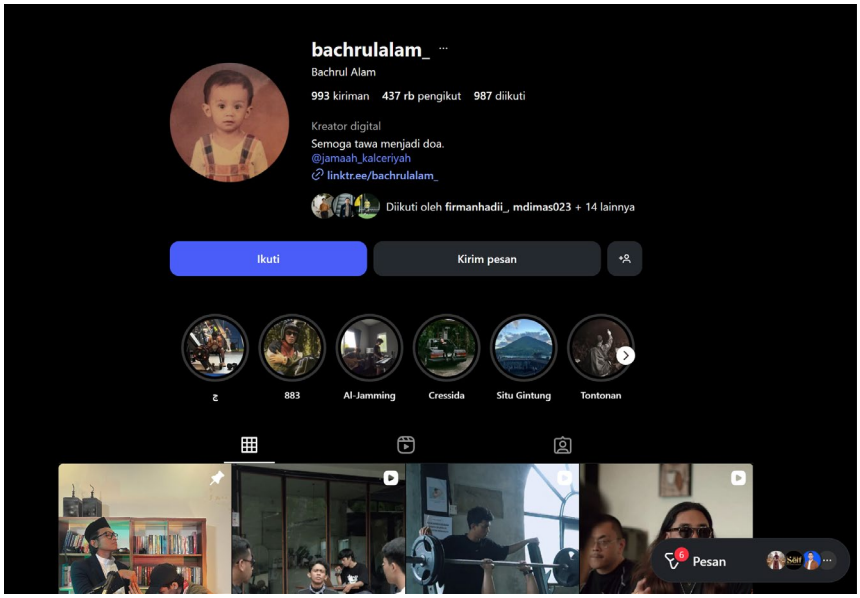
"kalcer", penyebutan "manual brew" sebagai mahar, atau *setting* kafe, Memberikan kode (coding) pada setiap tanda berdasarkan moda (*e.g., V: visual, L: linguistik*) dan kategorinya (*e.g., M: mahar, DK: dekonstruksi*). *Ketiga*, Analisis Semiotika (Data Display and Interpretation), yakni: Level 1 (Denotasi): Mendeskripsikan secara objektif apa yang terlihat atau terdengar (misalnya, *denotasi* mahar adalah alat manual brew), Level 2 (Konotasi dan Mitos/Ideologi): Menganalisis makna konotatif dari tanda-tanda tersebut dalam konteks budaya (*e.g., konotasi* kafe dan kostum kasual sebagai simbol otoritas keagamaan yang fleksibel), Analisis Multimodal: Mengkaji bagaimana moda-moda yang berbeda ini (visual + verbal) bekerja bersama untuk merekonstruksi atau mendekonstruksi pesan fikih yang kaku. *Keempat*, Verifikasi dan Penarikan Simpulan (Conclusion Drawing), yakni: Menarik simpulan yang menjawab fokus penelitian tentang dekonstruksi makna fikih mahar. Melakukan verifikasi (triangulasi data) melalui tinjauan literatur semiotika dan komunikasi dakwah untuk memastikan interpretasi memiliki landasan teoretis yang kuat.



HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tanda Visual dan Verbal dalam Konten Dakwah "Ustad Kalcer"

Akun Instagram @bachrulalam dikenal sebagai *influencer* dakwah yang menyajikan konten keagamaan dengan pendekatan yang unik dan modern. Jumlah followersnya saat ini sudah mencapai 416 ribu dengan retensi penonton yang baik melalui rata-rata like 7,5 ribu dan *engagement* 1,7%.



Ciri khas akun ini adalah kemampuannya memadukan pesan-pesan Islami dengan elemen komedi dan estetika 'kalcer' (kultur populer) yang relevan dengan generasi muda. Secara umum, konten @bachrulalam sering menampilkan:

- Komedi: Humor menjadi daya tarik utama, digunakan sebagai jembatan untuk menyampaikan pesan dakwah agar lebih mudah diterima dan tidak terasa menggurui. Bentuk komedinya bisa beragam, mulai dari parodi, *slice-of-life* yang relatable, hingga sindiran ringan.
- Estetika 'Kalcer': Visual dan gaya penyajian kontennya sangat mengikuti tren dan selera anak muda. Ini bisa terlihat dari penggunaan musik latar yang populer, *editing* video yang dinamis, gaya busana yang kekinian, atau referensi-referensi dari budaya pop yang sedang digandrungi. Hal ini membuat konten dakwahnya terasa "nyambung" dan tidak kaku.
- Pesan Religius: Meskipun dibalut komedi dan gaya 'kalcer', inti dari kontennya tetaplah pesan-pesan dakwah yang mendalam. Materi yang disampaikan beragam, mulai dari ajaran dasar Islam, nilai-nilai moral, hingga refleksi tentang kehidupan sehari-hari dari perspektif agama. Pesan ini disampaikan dengan bahasa yang mudah dicerna dan seringkali disisipkan di akhir video atau dalam *caption* yang inspiratif.
- Karakteristik Visual dan Audio: Kontennya seringkali berupa video pendek atau *reels* yang menarik perhatian sejak awal. Kualitas produksi yang cukup baik,

pemilihan latar tempat yang relevan, serta kemampuan dalam memerankan berbagai karakter menjadi nilai tambah.

Video "Menikah dengan mahar seperangkat alat manual brew" (selanjutnya disebut "video") menampilkan seorang pendakwah muda, yang dikenal sebagai "Ustad Kalcer," berinteraksi dengan sekelompok audiens dalam sebuah pengaturan yang santai. Video berdurasi sekitar 1 menit 33 detik ini berfokus pada diskusi fikih seputar mahar pernikahan, khususnya menjawab pertanyaan-pertanyaan audiens mengenai benda-benda modern dan tidak konvensional sebagai mahar.

Tanda Visual

Elemen visual dalam video ini secara sengaja dikonstruksi untuk menciptakan atmosfer yang berbeda dari ceramah keagamaan tradisional, yang secara signifikan memengaruhi persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Tabel 1. Analisis Semiotik Pesan Fikih Kontemporer Ustad Kalcer

Tanda	Modal	Denotasi	Konotasi
Latar Kafe/Ruang Komunal	Visual (Mise-en-scène)	Ruang modern dengan dinding netral, perabotan kasual, dan pencahayaan hangat, tanpa atribut keagamaan formal.	Dekonstruksi Ruang Dakwah. Simbol keakraban, keterbukaan, dan aksesibilitas. Secara semiotis menolak mitos bahwa ilmu agama harus disampaikan di tempat yang sakral dan kaku.
Kostum Ustad Kalcer	Visual (Busana)	Kemeja terang yang dipadukan dengan vest atau rompi gelap; tanpa peci, sorban, atau jubah tradisional.	Dekonstruksi Citra Otoritas. Simbol kredibilitas non-hierarkis (down-to-earthness). Memosisikan Ustad sebagai bagian dari komunitas audiens (digital native), bukan figur yang terisolasi.
Gestur Ekspresif dan Tawa	Visual (Gestural)	Gerakan tangan yang luwes, sering tersenyum tulus, mengangkat alis (respons spontan), dan kontak mata langsung ke kamera.	Indeks Keakraban dan Humanisme Fikih. Gestur ini berfungsi sebagai pelumas sosial, mengurangi ketegangan dan mengikis jarak antara pendakwah dan audiens.

Ritme Bicara Cepat dan Transisi Hard Cut	Multimodal (Audio & Editing)	Pergantian shot yang sangat cepat tanpa transisi rumit, sesuai dengan ritme bicara yang dinamis.	Indeks Retensi Perhatian Digital. Strategi untuk mempertahankan fokus audiens media sosial yang terbiasa dengan konten yang cepat, mencegah kejenuhan ceramah formal.

- Mise-en-scène: Kafe sebagai Ruang Dakwah Alternatif,

Latar belakang video secara konsisten menampilkan sebuah kafe atau ruang komunal yang didesain modern dan nyaman. Detail yang terlihat jelas adalah dinding berwarna netral, didominasi oleh abu-abu terang atau putih gading, memberikan kesan bersih dan minimalis. Beberapa dekorasi dinding berupa pigura atau lukisan abstrak dengan sentuhan warna pastel atau monokrom, yang tidak mencolok dan tidak memiliki simbol keagamaan yang spesifik(Hoed, 2008).

Area tempat Ustad dan audiens duduk dikelilingi oleh meja-meja kayu dengan bentuk persegi panjang yang tersusun memanjang, serta beberapa meja kecil berbentuk lingkaran yang tersebar di sisi. Kursi-kursi yang digunakan sangat bervariasi, mulai dari kursi kayu standar, *stool* tinggi di area bar, hingga sofa empuk berwarna cokelat atau abu-abu di area duduk santai(Riwu & Pujiati, 2018). Variasi ini menciptakan kesan ruang multifungsi yang dapat mengakomodasi berbagai jenis interaksi. Pencahayaan diatur sedemikian rupa sehingga menciptakan kesan hangat dan lembut, cenderung menggunakan lampu-lampu gantung dengan kap lampu berwarna *amber* atau lampu sorot tersembunyi yang menerangi area diskusi. Ini sangat berbeda dari pencahayaan panggung yang terang benderang atau lampu neon yang umum di ruang formal. Efek *soft light* ini berkontribusi pada atmosfer *cozy* dan santai, mengundang audiens untuk merasa nyaman dan terlibat(A. N. Rohman et al., 2024).

Salah satu aspek visual yang paling mencolok adalah ketidakhadiran atribut formal keagamaan. Tidak ada mimbar, podium, karpet sajadah, atau latar belakang dengan kaligrafi Arab dominan yang secara tradisional menjadi ciri khas ruang ceramah atau majelis taklim. Fokus visual lebih pada interaksi manusia dan suasana yang modern(A. Rohman, Arif, et al., 2024). Audiens terlihat duduk mengelilingi Ustad, menciptakan formasi semi-lingkaran atau U-shape. Beberapa dari mereka memegang cangkir kopi atau teh, dan ada yang terlihat santai bersandar di kursi. Postur mereka yang rileks dan penggunaan properti kafe ini menegaskan bahwa mereka berada di lingkungan yang tidak formal, seperti sedang nongkrong atau berkumpul biasa.

- Kostum dan Penampilan "Ustad Kalcer": Simbol Keterbukaan dan Kredibilitas

Ustad Kalcer mengenakan kemeja lengan panjang berwarna terang (seringkali putih atau biru muda) yang dipadukan dengan vest atau rompi berwarna gelap (umumnya hitam atau biru tua). Dalam beberapa *shot*, terlihat jelas bahwa *vest* tersebut memiliki desain minimalis atau logo kecil di dada kiri, yang bukan merupakan simbol keagamaan formal melainkan lebih menyerupai logo *brand* gaya hidup atau merek pakaian. Kadang-kadang terlihat aksesori sederhana seperti jam tangan, namun tidak ada tasbih besar, cincin akik yang mencolok, atau penutup kepala (peci/sorban) yang secara tradisional kuat diasosiasikan dengan pendakwah atau ulama di Indonesia. Rambut Ustad tertata rapi, menunjukkan perawatan diri dan kesadaran akan penampilan yang bersih dan modern. Janggut atau kumis (jika ada) juga tampak terawat dengan baik. Pakaian ini tidak terkesan eksklusif atau memisahkan diri dari audiens muda. Sebaliknya, gaya busananya

mencerminkan tren fesyen kasual pria kontemporer, memberikan kesan bahwa Ustad adalah bagian dari komunitas yang sama dengan audiensnya, bukan figur yang berada di menara gading.

- Gestur dan Ekspresi: Membangun Keakraban dan Meringankan Pesan Fikih

Ustad secara konsisten menggunakan gestur tangan untuk memperkuat penjelasannya. Misalnya, ketika ia menyebutkan empat syarat mahar, ia mungkin mengacungkan jari satu per satu atau membuka telapak tangan sebagai tanda penerimaan dan keterbukaan(Falah & Hidayati, 2021). Saat mengatakan "itu murah, Bos!", ia seringkali mengayunkan tangan ke bawah dengan cepat, seolah menegaskan bahwa hal tersebut sangat mudah dan tidak perlu dipermasalahkan. Gestur ini tidak kaku atau formal, melainkan luwes dan ekspresif. Hampir sepanjang video, Ustad menunjukkan ekspresi wajah yang ramah dan sering tersenyum. Senyum ini bukan hanya basa-basi, tetapi terlihat tulus, menciptakan suasana yang mengundang dan tidak intimidatif(Hasanah, 2020).

Ketika audiens mengajukan pertanyaan unik seperti "mesin kopi La Marzocco ratusan juta", Ustad mungkin mengangkat alis sedikit, memiringkan kepala, atau menunjukkan ekspresi terkejut yang diiringi senyum kecil, kemudian tertawa ringan bersama audiens. Ini adalah *indeks* dari kemampuannya merespons situasi secara spontan dan humoris, menunjukkan bahwa ia tidak hanya berilmu tetapi juga memiliki kecerdasan emosional dan selera humor(Iskandar, 2010). Ustad secara efektif menjaga kontak mata dengan audiens yang bertanya. Ia juga seringkali mengarahkan pandangannya langsung ke kamera, seolah-olah berbicara langsung kepada pemirsa daring. Kontak mata ini sangat penting untuk membangun rasa koneksi personal dan keterlibatan.

- Pergerakan Kamera dan Editing

Pengambilan gambar didominasi oleh close-up pada Ustad saat ia berbicara, beralih ke medium shot saat ia berinteraksi dengan audiens, dan terkadang shot lebar untuk menunjukkan keseluruhan suasana kafe dan interaksi kelompok. Transisi Cepat dan Dinamis: Pergantian *shot* terjadi dengan sangat cepat melalui teknik *hard cut*, tanpa transisi yang rumit seperti *fade* atau *wipe*. Ini sesuai dengan karakteristik *feed* media sosial yang cepat dan perlu mempertahankan perhatian penonton(Dojčinović, 2021).

Penggunaan Teks di Layar: Sesekali, teks singkat muncul di layar (mirip *subtitle* atau *caption*) untuk menyoroti poin penting atau pertanyaan yang diajukan. Misalnya,

saat seorang audiens bertanya "Robot FamilyMart?", teks "ROBOT FAMILYMART?" mungkin muncul, memperkuat fokus pada objek mahar yang tidak biasa tersebut. Teks ini sering menggunakan *font* yang bersih dan modern. Gaya Dokumenter/Vlog: Kamera seringkali terasa bergerak, seolah-olah direkam oleh seseorang yang juga merupakan bagian dari diskusi, memberikan kesan otentik dan tidak direncanakan secara kaku, mirip dengan gaya vlog atau dokumenter amatir yang populer di media sosial(Aliyudin, 2022).

Tanda Verbal

Pesan verbal dalam video ini dicirikan oleh penggunaan bahasa yang sangat akrab, humoris, responsif terhadap pertanyaan audiens, dan secara strategis mengintegrasikan terminologi modern ke dalam diskusi fikih.

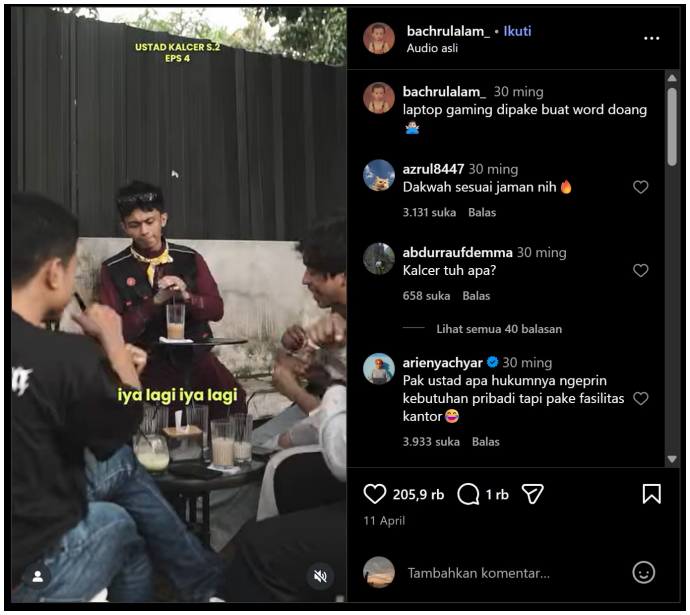
Tabel 2. Analisis Semiotik Pesan Fikih Kontemporer Ustad Kalcer

Tanda	Modal	Denotasi	Konotasi
Leksikon "Murah, Bos!"	Verbal (Linguistik)	Frasa sapaan informal yang lugas, penegasan bahwa mahar tidak harus mahal.	Dekonstruksi Formalitas Bahasa Fikih. Simbol kesetaraan dan sikap non-judgemental. Mendekonstruksi mitos bahwa fikih harus disampaikan dengan bahasa yang berat dan baku.
Mahar "Alat Manual Brew"	Verbal (Leksikon)	Seperangkat alat pembuat kopi.	Simbol Adaptasi Syariat. Secara konotatif merepresentasikan gaya hidup modern (hobi/aset bernilai). Menegaskan fleksibilitas fikih yang dapat beradaptasi dengan benda-benda kontemporer (sesuai 4 syarat mahar).
Mahar "Robot FamilyMart"	Verbal (Leksikon)	Merujuk pada mesin atau robot otomatis yang memiliki nilai fungsional dan ekonomis.	Ikon Teknologi dan Fleksibilitas Ekstrem. Contoh out-of-the-box yang menegaskan bahwa definisi "bernilai" dalam fikih dapat mencakup aset teknologi futuristik, secara semiotis menegasi pemahaman sempit tentang mahar.

- Gaya Bahasa dan Pilihan Kata

Informal dan Percakapan Sehari-hari: Ustad secara konsisten menggunakan gaya bahasa yang sangat santai dan menyerupai percakapan sehari-hari di kalangan anak muda. Tidak ada penggunaan diksi baku, istilah keagamaan yang rumit tanpa penjelasan, atau struktur kalimat yang kaku(Astuti et al., 2020). Contoh paling jelas adalah respons spontan Ustad seperti:

- "Iya lagi, iya lagi" (pada detik 0:05), diucapkan dengan nada sedikit geli dan akrab, ketika audiens mengulang pertanyaan atau menegaskan pemahaman mereka. Frasa ini menandakan penerimaan dan keakraban, mengikis jarak antara pendakwah dan audiens.
- Penggunaan penegas seperti "Murah, Bos!" (pada detik 0:25 dan 0:40). Kata "Bos" adalah sapaan informal yang umum di Indonesia, menunjukkan kesetaraan dan *down-to-earth*ness. Penegasan "Murah" ini secara verbal langsung menepis persepsi umum bahwa mahar harus mewah atau mahal(Anugrah & Evita, 2021).



Leksikon "Kalcer" dan Nomenklatur Modern: Pilihan kata-kata Ustad secara sengaja memasukkan istilah yang sangat relevan dengan budaya pop atau hobi tertentu yang sedang tren di kalangan muda. Ini adalah inti dari gaya "kalcer" Ustad(Petrović & Fakultet društvenih nauka, 2020). Contoh-contoh spesifik meliputi:

- "Seperangkat alat manual brew" (pada detik 0:00). Ini adalah istilah yang familiar bagi penggemar kopi, langsung mengkontekstualisasikan diskusi mahar ke ranah hobi modern.
- "Mesin kopi La Marzocco" (pada detik 0:15). Penyebutan merek spesifik yang dikenal mahal di kalangan pecinta kopi menunjukkan pemahaman Ustad tentang *niche market* dan nilai barang modern.
- "Robot FamilyMart" (pada detik 1:00). Ini adalah contoh yang paling "out-of-the-box," merujuk pada mesin atau robot otomatis yang digunakan di minimarket, menunjukkan bahwa fikih bisa mencakup objek-objek futuristik sekalipun.
- Penggunaan angka besar seperti "ratusan juta" (pada detik 0:16) saat membicarakan harga La Marzocco, menunjukkan bahwa Ustad tidak menghindari diskusi tentang nilai ekonomi tinggi, namun tetap relevan.

- Struktur Dialog

Video secara konsisten mengadopsi format dialog interaktif, dimulai dengan pertanyaan langsung dari audiens, bukan monolog pengantar dari Ustad. Misalnya, video dibuka dengan suara audiens yang bertanya "Bagaimana kalau maharnya seperangkat alat manual brew?" (detik 0:00). Ini menciptakan kesan spontanitas dan partisipatif, seolah-olah penonton sedang menyaksikan sebuah diskusi natural. Respons Ustad cenderung ringkas dan langsung pada inti pertanyaan, namun tetap komprehensif dalam menjelaskan landasan fikihnya. Ia tidak bertele-tele dan fokus pada jawaban yang relevan(Yuniawan & Burhanudin, 2022). Ada dinamika tanya jawab yang cepat dan responsif, di mana Ustad segera merespons pertanyaan audiens, dan audiens juga memberikan respons verbal singkat seperti tawa atau seruan setuju. Hal ini menjaga alur percakapan tetap mengalir dan tidak terasa seperti "ceramah satu arah".

- Konten Fikih yang Disederhanakan

Meskipun menggunakan bahasa santai, Ustad secara jelas dan tepat menjelaskan empat syarat sah mahar dalam Islam: Memiliki nilai (harga); Suci (bukan najis); Bukan barang curian (*ghosob*); Diketahui bendanya (jelas apa yang dijadikan mahar). Ia secara eksplisit menyatakan, "Asalkan dia punya nilai, itu boleh. Yang penting punya nilai, bukan barang najis, bukan barang curian, dan diketahui bendanya. Itu boleh" (detik 0:30-

0:35). Kalimat ini adalah inti pesan fikih yang disederhanakan, menekankan fleksibilitas syariat. Contoh-contoh mahar yang disebutkan (alat manual brew, mesin kopi La Marzocco, robot FamilyMart) adalah aplikasi langsung dari empat syarat tersebut ke objek-objek modern yang memiliki nilai ekonomis dan kemanfaatan di era kontemporer(Hasanah & Usman, 2020).

- Penggunaan Humor Verbal

Humor seringkali disisipkan secara verbal, baik melalui respons yang jenaka, intonasi suara, maupun contoh-contoh yang disampaikan. Saat audiens bertanya tentang "robot FamilyMart," intonasi Ustad menunjukkan sedikit keterkejutan namun dengan nada geli, diikuti oleh tawa bersama, menjadikan topik yang serius menjadi lebih ringan dan mengundang senyum. Humor ini berfungsi sebagai pelumas sosial, membuat pesan fikih lebih mudah diterima dan mengurangi ketegangan. Pernyataan seperti "mesin kopi La Marzocco ratusan juta" yang diucapkan dengan nada santai juga menunjukkan humor tersendiri, karena menggambarkan nilai yang fantastis namun disampaikan dengan nada yang sangat biasa(Taufik Rahman et al., 2018).

Analisis Semiotika: Dekonstruksi Pesan Fikih Kontemporer

Analisis semiotika dekonstruktif membongkar bagaimana tanda-tanda visual dan verbal yang telah diidentifikasi di atas bekerja secara sinergis untuk membentuk, mereinterpretasi, dan bahkan menantang pemahaman tradisional tentang fikih mahar, menghasilkan pesan dakwah yang "kalcer" dan relevan.

Dekonstruksi Ruang dan Citra Otoritas Keagamaan

Proses dekonstruksi pesan fikih kontemporer dalam video ini secara fundamental dimulai dari penataan ruang dan representasi figur pendakwah itu sendiri. Secara tradisional, dakwah fikih di Indonesia sering diasosiasikan dengan ruang-ruang yang secara semiotis mensimbolkan kesakralan, kekhidmatan, dan otoritas yang tak terbantahkan. Mimbar masjid, podium majelis taklim dengan latar belakang kaligrafi Arab, atau panggung tabligh akbar adalah ikon-ikon dominan yang secara kolektif membentuk mitos (Junisti, 2020) tentang "tempat ilmu agama yang serius dan formal." Figur pendakwah pun kerap ditampilkan dengan atribut visual yang menegaskan jarak hierarkis dan formalitas keilmuan, seperti peci, sorban, atau jubah. Video "Ustad Kalcer" secara sengaja dan sistematis membongkar konstruksi makna tersebut.

Denotasi yang terlihat dari video ini secara konsisten menampilkan latar belakang sebuah kafe modern atau ruang komunal yang didesain minimalis dan nyaman. Kami mengidentifikasi dinding berwarna netral (abu-abu terang atau krem), tanpa ornamen keagamaan eksplisit. Perabotan didominasi oleh meja-meja kayu sederhana, kursi-kursi yang bervariasi (termasuk sofa empuk), serta beberapa properti khas kafe seperti cangkir kopi dan gelas di tangan audiens. Pencahayaan lembut dan hangat menciptakan suasana *cozy*, jauh dari kesan formal ruang perkuliahan atau khotbah.

Konotasi dan Dekonstruksi: Pilihan kafe sebagai *mise-en-scène* adalah sebuah simbol (Peirce, 1998) yang secara revolusioner mendekonstruksi makna "ruang dakwah" yang telah mapan. Secara konotatif, kafe ini menjadi penanda *keakraban*, *keterbukaan*, *modernitas*, *santai*, dan *aksesibilitas*. Ini secara langsung menolak mitos (Barthes, 1972) bahwa ilmu agama hanya dapat diakses atau disampaikan dalam institusi keagamaan yang sakral dan kaku. Kehadiran audiens yang duduk santai mengelilingi Ustad, beberapa sambil memegang minuman, memperkuat kesan bahwa diskusi fikih adalah bagian alami dari interaksi sosial sehari-hari, bukan acara formal yang membutuhkan persiapan khusus. Lokasi ini berfungsi sebagai ikon dari gaya hidup urban dan modern, secara visual mengkomunikasikan bahwa fikih adalah bagian integral dari kehidupan kontemporer, bukan sekadar relik masa lalu yang terisolasi dari realitas kekinian. Ini adalah strategi yang secara semiotis bertujuan untuk menurunkan "hambatan masuk" bagi audiens yang mungkin merasa terintimidasi oleh formalitas dakwah konvensional, menegaskan bahwa fikih bisa dibahas di mana saja dan oleh siapa saja yang berminat(Couldry, 2016).

Dekonstruksi Bahasa Fikih: Dari Formal ke "Kalcer"

Analisis (Barthesian & Peircean): Penggunaan leksikon "kalcer" dan gaya bahasa informal ("murah, Bos!", "iya lagi, iya lagi") secara denotatif adalah pilihan kata sehari-hari. Namun, secara konotatif, pilihan ini berfungsi sebagai strategi yang cerdas untuk mendekonstruksi mitos bahwa fikih adalah ilmu yang kaku, eksklusif, dan harus disampaikan dengan bahasa yang berat. Frasa "murah, Bos!" yang berulang adalah sebuah simbol yang tidak hanya mengkonfirmasi kebolehan mahar yang tidak mahal, tetapi juga sebuah indeks yang menunjukkan sikap non-judgmental dan inklusif dari Ustad. Kata-kata ini menciptakan resonansi dengan audiens muda yang terbiasa dengan komunikasi instan dan tidak formal di media sosial(Ali Mubarok et al., 2023).

Konfirmasi/Pengembangan: Aspek ini mengkonfirmasi temuan Adawiyah (2021) dan Dwipayana & Prihatini (2023) mengenai adaptasi dakwah digital yang sukses menjangkau generasi Z. Penelitian ini memperdalam analisis dengan menunjukkan bagaimana adaptasi bahasa tidak hanya terjadi pada tingkat verbal, tetapi juga melibatkan aspek semiotik yang lebih dalam, yaitu mengubah konotasi keseluruhan topik fikih dari "serius" menjadi "santai" tanpa mengurangi esensi. Penggunaan humor verbal berfungsi sebagai **indeks** yang mengisyaratkan bahwa fikih memiliki sisi humanis dan dapat dibahas dengan ringan, bahkan untuk topik yang serius seperti pernikahan(Hidayatullah, 2021).

Dekonstruksi Konsep Mahar: Fleksibilitas Syariat dalam Konteks Kontemporer

Analisis (Barthesian & Peircean): Topik inti video, yaitu mahar pernikahan, mengalami dekonstruksi paling signifikan. Secara denotatif, mahar "alat manual brew", "mesin kopi La Marzocco ratusan juta", atau "robot FamilyMart" adalah benda-benda modern. Namun, secara konotatif, mereka berfungsi sebagai simbol dari fleksibilitas fikih Islam yang mampu beradaptasi dengan kemajuan zaman dan preferensi individu. Ustad secara eksplisit mengaitkan benda-benda ini dengan empat syarat mahar (memiliki nilai, suci, tidak *ghosob*, diketahui bendanya), yang merupakan prinsip fikih klasik (Al-Zuhayli, 2003). Ini menunjukkan bahwa inovasi dalam bentuk mahar tetap berada dalam koridor syariat.

Pengembangan Teori/Negasi: Bagian ini bisa dikatakan mengembangkan teori tentang adaptasi fikih dalam konteks sosial yang berubah. Jika sebelumnya, diskusi mahar mungkin terbatas pada bentuk-bentuk tradisional, video ini secara semiotis menegaskan bahwa definisi "bernilai" dapat mencakup aset-aset modern yang merefleksikan tren atau hobi. Ini secara implisit menegasi pemahaman sempit tentang mahar dan menggantinya dengan pemahaman yang lebih luas dan relevan. "Robot FamilyMart" sebagai mahar, misalnya, adalah ikon (secara visual, mirip robot) sekaligus simbol (representasi dari inovasi teknologi yang memiliki nilai fungsional dan ekonomis). Humor yang menyertai penyebutan contoh-contoh "out-of-the-box" ini juga berfungsi sebagai indeks yang mengindikasikan bahwa Islam tidak melarang kreativitas dalam ibadah, selama tidak bertentangan dengan prinsip dasar(Triyono & Marhuda, 2020).

Sinergi Multimodal dalam Konstruksi Pesan Relevan

Dekonstruksi pesan fikih mahar menjadi "kalcer" tidak hanya terjadi pada tingkat visual atau verbal secara terpisah, melainkan melalui sinergi multimodal antara keduanya. Ketika Ustad mengatakan "Itu murah, Bos!" (verbal), gestur tangan yang terbuka dan senyum ramah (visual) memperkuat pesan non-judgemental dan inklusif. Ini bukan hanya tentang harga, tapi tentang penerimaan. Saat ia menjelaskan syarat "memiliki nilai" (verbal), tatapan mata yang meyakinkan dan anggukan kepala (visual) memperkuat otoritasnya, namun dengan cara yang bersahabat. Penggunaan *cut* yang cepat (editing visual) bersama dengan ritme bicara yang dinamis (verbal) menjaga perhatian audiens, mencegah kejenuhan yang sering terjadi pada ceramah formal(Amin, 2025). Tawa dan interjeksi audiens (audio/visual) berfungsi sebagai indeks yang menunjukkan penerimaan dan resonansi pesan, sekaligus menjadi ikon dari interaksi yang alami.

Sinergi ini menguatkan argumen bahwa dalam komunikasi dakwah digital, pesan tidak hanya disampaikan, tetapi juga *dikonteskan* dan *direkonstruksi* melalui interaksi kompleks berbagai moda. Keberhasilan "Ustad Kalcer" terletak pada kemampuannya merajut narasi fikih yang valid dengan estetika dan gaya komunikasi media sosial. Ini adalah pengembangan dari pemahaman tentang bagaimana dakwah tidak hanya beradaptasi, tetapi juga berinovasi dalam memproduksi makna yang relevan dengan zaman. Konten ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima informasi, tetapi juga diajak terlibat dalam proses dekonstruksi dan reinterpretasi makna fikih dalam kehidupan sehari-hari mereka.

PENUTUP

Penelitian ini mengkonfirmasi bahwa konten dakwah "Ustad Kalcer" pada episode mahar pernikahan berhasil melakukan dekonstruksi semiotik terhadap pesan fikih kontemporer, menjadikannya adaptif dan relevan bagi audiens digital. Melalui analisis semiotika multimodal, ditemukan bahwa sinergi antara tanda-tanda visual dan verbal secara sistematis merekayasa ulang makna otoritas dan ritual keagamaan. Secara fundamental, proses dekonstruksi ini termanifestasi melalui tiga aspek: Pertama, mise-en-scène kafe dan gaya berbusana kasual Ustad Kalcer secara semiotis membongkar mitos tentang ruang dakwah yang sakral dan figur ulama yang kaku, merekonstruksi citra dakwah menjadi lebih inklusif dan akrab. Kedua, penggunaan leksikon "kalcer" dan humor verbal secara efektif mendekonstruksi formalitas bahasa fikih, membuatnya

relatable bagi audiens muda. Ketiga, dan yang paling esensial, konten ini secara lugas mendekonstruksi pemahaman sempit tentang mahar dengan menegaskan bahwa benda modern seperti "alat *manual brew*" atau "robot FamilyMart" sah secara fikih, menunjukkan fleksibilitas syariat yang adaptif terhadap realitas ekonomi dan gaya hidup kontemporer. Dengan demikian, keberhasilan "Ustad Kalcer" terletak pada kemampuannya merajut substansi fikih yang valid dengan estetika dan gaya komunikasi yang resonan dengan audiens digital, yang berkontribusi signifikan pada pengembangan teori semiotika dakwah digital.

DAFTAR RUJUKAN

Ali Mubarok, M., Fadlullah Bilal, M., & Ihksan Fadil, R. (2023). Dakwah Melalui Konten Hiburan (Analisis Akun Instagram @Nunuzoo). *Nubuwwah : Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, *1*(02), 26–36. https://doi.org/10.21093/NUBUWWAH.V1I02.6728

Aliyudin, A. (2022). Retorika Youtuber : Studi deskriptif gaya retorika Wirda Mansur pada episode #NgajiBarengWirda. *Anida*, *14*(2). https://doi.org/10.15575/ANIDA.V14I2.840

Anugrah, A. S., & Evita, J. M. (2021). Analisis Retorika Pada Akun Instagram @jrxsid. *Komaskam*, *3*(1). https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/KOMASKAM/article/view/351

ASTUTI, M., MUHLIS, A., & SHODIQIN, A. (2020). Retorika Dakwah Ustad Haikal Hassan. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *5*(1), 77–91. https://doi.org/10.15575/tabligh.v5i1.1672

Couldry, Nick. (2016). *Listening beyond the echoes : media, ethics, and agency in an uncertain world*.

Dojčinović, N. (2021). Narativ i retorika trejlera. *Institut Za Pozorište, Film, Radio i Televiziju; Fakultet Dramskih Umetnosti; Clio Ebooks*, 183–201. https://doi.org/10.18485/FDU_DHKUM.2021.CH9

Falah, R. Z., & Hidayati, S. (2021). Retorika Dakwah (Studi Retorika Dakwah Lulung Mumtazah). *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, *8*(2), 309. https://doi.org/10.21043/AT-TABSYIR.V8I2.13108

Hardani, Hikmataul Auliya, N., Andriani, H., Asri Fardanim, R., Ustiawaty, J., Fatmi Utami, E., Juliana Sukmana, D., & Rahmatul Istiqomah, R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). Pustaka Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/340021548

Hasanah, U. (2020). Kualifikasi Da'i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah dan Retorika Aristoteles. *Jurnal Komunikasi Islam (Journal of Islamic Comunication)*, *10*(2), 256–275. https://doi.org/10.15642/JKI.2020.10.2.256-275

Hasanah, U., & Usman, U. (2020). Karakter Retorika Dakwah Ustaz Abdus Somad (Studi Kajian Pragmatik). *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, *1*(2), 84–95. https://doi.org/10.19105/GHANCARAN.V1I2.2895

Hidayatullah, S. (2021). Representasi Dakwah Islam pada Tayangan Muslim Travelers di News and Entertainment Television (NET.). *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57962

Hoed, B. H. (2008). Semiotik & Dinamika Sosial Budaya. In E. Sembodo & T. Agrippina (Eds.), *Komunitas Bambu* (1st ed., Vol. 1, pp. 1–348). Komunitas Bambu.

Hoover, S. M., & Echchaibi, N. (2023a). Introduction: Media Theory and the Third Spaces of Digital Religion. *The Third Spaces of Digital Religion*, 1–36. https://doi.org/10.4324/9781003048190-1/INTRODUCTION-STEWART-HOOVER-NABIL-ECHCHAIBI

Hoover, S. M., & Echchaibi, N. (2023b). The Third Spaces of Digital Religion. In *Routledge* (1st ed.).

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=RcSpEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA12&dq=info:f0luXr-hd5AJ:scholar.google.com&ots=jkraEZ1_4y&sig=JHvNbL1uIYakPDGFSXgnPBIzm6c&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Iskandar, D. (2010). Retorika Sebagai Seni Berbicara. *Mentari: Majalah Ilmiah Universitas Muhammadiyah Aceh*, *13*(2). https://www.ejournal.unmuha.ac.id/index.php/mentari/article/view/64

Junisti, T. (2020). Kajian Semiotika Roland Barthes pada Poster Unicef. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, *3*(2), 726–733. https://doi.org/10.34007/JEHSS.V3I2.403

Petrović, S., & Fakultet društvenih nauka, U. P. akademija N. S. S. (2020). Retorika Kao Veština Ličnog Prezentovanja. *4th Eman Conference Proceedings (Part of Eman Conference Collection)*, 483–487. https://doi.org/10.31410/EMAN.2020.483

Riwu, A., & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara. *Deiksis*, *10*(03), 212–223. https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Deiksis/article/view/2809

Rohman, A. N., Nurdin, A., Eken, M., & Bax, W. B. (2023). Da'wah approach to the strawberry generation: A study on Yuk Ngaji TV channel. *Islamic Communication Journal*, *8*(2), 303–228. https://doi.org/10.21580/ICJ.2023.8.2.16331

Seto, I., & Wibowo, W. (2013). Semiotika Komunikasi. In *MItra Wacana Media* (Edisi 2, Vol. 2, pp. 1–241). Mitra Wacana Media. http://www.mitrawacanamedia.com

Setya Putri, Y. S. N. (2018). *KOMODIFIKASI PESAN-PESAN DAKWAH MELALUI KONTEN IKLAN DI MEDIA SOSIAL buka kurung Analisis Semiotika Visual Pada Konten Iklan Akun Instagram @beraniberhijrah tutup kurung* [Universitas Gadjah Mada]. http://etd.repository.ugm.ac.id/

Sugiono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D . In *Alfabeta*. Alfabeta.

Suwartono. (2014). Dasar-Dasar Metodologi Penelitian. In *Andi Offset* (Edisi 1). Andi Offset.

Triyono, A., & Marhuda, N. K. (2020). Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Instagram @dakwah_tauhid. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(1), 50–67. https://doi.org/10.30596/INTERAKSI.V4I1.3944

Wahju Wibowo, I. S. (2006). Semiotika. In *Universitas Prof Dr Soetopo* (1st ed.). Universitas Prof Dr Soetopo.