

## **CONTENT CREATOR @AGIKCAH DALAM MENYAMPAIKAN PESAN DAKWAH DAN PESAN MOTIVASI DI ERA POSTMODERN**

**Nur Mahmudah El Madja**

Magister Media Komunikasi Universitas Airlangga, Indonesia

Email: Elmadjanurmahmudah@gmail.com

### **Abstrak**

Media sosial pada saat ini berperan penting dalam bidang informasi dan komunikasi. Aplikasi *Instagram* menjadi salah satu aplikasi yang sangat populer dikalangan anak muda sampai orang tua. Banyak sekali masyarakat memanfaatkan *Instagram* sebagai media bisnis, memperlihatkan aktivitas, dan sebagai media memperlihatkan keterampilan dan karya, salah satunya adalah akun *Instagram* @agikcah. Akun *Instagram* @agikcah membuat beberapa video-video yang berisi pesan dakwah serta pesan motivasi dari ceramah seorang ulama, kiai, tokoh agama, aktivis kampus, sampai jurnalis. Selain itu akun @agikcah di era *postmodern* menggambarkan seorang *content creator* menerapkan budaya populer kontemporer sehingga video hasil karyanya terlihat mempunyai nilai seni lebih tinggi sehingga, daya tarik untuk menikmati hasil karya video yang berisi pesan dakwah dan pesan motivasi tersebut tidak membosankan untuk dikonsumsi oleh khalayak.

**Kata Kunci:** *content creator*; pesan dakwah; pesan motivasi; *postmodern*

### **Abstract**

*Nowadays, social media plays an important role in the field of information and communication. Instagram is one of the most popular applications among people. Lots of its users use it as a business medium, a place to show their daily activities, as well as a place to show their skills and work; take an account called @agikcah for instance. This account has made several videos containing da'wah and motivational messages from lectures by clerics, campus activists, even journalists. Moreover, in this postmodern era, this account has applied contemporary popular culture. This causes its videos appear to have higher artistic value, so that they become more appealing to the public - instead of boring.*

**Keywords:** *content creator*; *da'wah message*; *motivation message*; *postmodern*

Received: 2022-01-20; Accepted: 2022-02-05; Published: 2022-02-20

### **Pendahuluan**

*Content creator* memiliki kontribusi menciptakan karya dan membuat sebuah konten yang di disebar ke beberapa *platform* media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, *Tiktok*, *Instagram*, dan *Twitter*. Konten yang disebar sebagai karya *content creator*

---

<b>How to cite:</b>	El Madja, N. M (2021) Content Creator @Agikcah Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Dan Pesan Motivasi Di Era Postmodern. <i>Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia</i> , 7(2). <a href="http://dx.doi.org/10.36418/Syntax-Literate.v7i2.6329">http://dx.doi.org/10.36418/Syntax-Literate.v7i2.6329</a>
<b>E-ISSN:</b>	2548-1398
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

tersebut seperti gambar, foto dan video yang memiliki nilai positif dan nilai edukasi, bisa berisi pembelajaran dan motivasi sehingga dapat bermanfaat bagi khalayak. Setiap *content creator* memiliki kemampuan dan ide bagaimana membuat konten yang memiliki nilai seni dan keindahan sehingga banyak khalayak yang tertarik untuk melihat dan menyukai karyanya. Media sosial juga berpengaruh dan berperan penting terhadap perkembangan informasi dan komunikasi serta media sosial juga banyak menampung karya para *content creator* agar dapat dinikmati secara global. Di tahun 2017 lalu banyak sekali *content creator* yang membuat video audio visual yang didesain sedemikian rupa dengan tujuan memperlihatkan hasil karyanya, salah satunya adalah video yang berisi pesan dakwah dan juga pesan motivasi. Fahmi, (2018) menerangkan pesan dakwah itu berupa nasihat yang disampaikan agar perbuatan manusia menjadi lebih baik dan taat kepada Allah SWT sedangkan, menurut Moriarty et al., (2008) pesan motivasi juga dapat diartikan sebagai sebuah kalimat persuasif yang mendorong seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Dalam era yang serba digital ini peran pesan dakwah dan pesan motivasi dimanfaatkan oleh *content creator* untuk belajar dan membuat sebuah karya video audio visual yang mengikuti tren.

Pengaruh seni, kreativitas, internet dan media di era *postmodern* dimanfaatkan *content creator* lebih ke seni digital dan audio visual. karakteristik seni postmodern yakni sebuah serangan terhadap seni yang terlambangkan di museum-museum dan galeri Featherstone, (2008). Menurut, Featherstone, (2008) dalam bukunya juga menyebutkan bahwa, serangan seni kontemporer itu seperti fashion, musik, televisi, video, minuman, dansa, *clubbing*. Berbicara mengenai *content creator* di media sosial *Instagram* ada salah satu akun @agikcah yang sudah memposting video audio visual dengan mengubah suara hasil cerama agama, suara motivator saat mengisi acara, pada intinya lebih memilih suara atau audio yang berisikan pesan positif yakni pesan dakwah dan pesan motivasi untuk dijadikan kontennya, sementara untuk gambarnya *content creator Instagram @agikcah* juga mengambil gambar di internet, yang nantinya akan di gabungkan dengan suara tersebut menjadi video.

Menurut, Syam, (2005) Dakwah di era postmodernisme menghadapi tantangan serius akibat tingginya tempo pertukaran informasi yang mentransformasi lanskap komunikasi dan budaya masyarakat. Dapat dilihat dari penelitian Adhary et al., (2021) menunjukkan bahwa postmodernisme mempengaruhi informan untuk terlibat dalam dunia *youtube*. Ada dua pernyataan yang telah dijelaskan oleh informan dalam penelitian ini, yaitu beberapa diantaranya Anggap saja profesi sebagai Youtuber di era postmodern ini bagi mereka hanyalah sampingan profesi atas dasar mengisi waktu luang dan sebagai penghobi. Selain itu, beberapa dari mereka juga berpikir bahwa menjadi Youtuber adalah profesi yang sangat menjanjikan untuk melihat penghasilan yang mereka terima jika mereka mendapatkan banyak pengikut.

Dalam era *postmodern* ini, seorang *content creator* juga mengikuti gaya desain dan gaya konten yang sedang tren namun masih di desain dari idenya. Karena ada sebuah fenomena tentang hijrah di Indonesia yang lagi tren maka *content creator* memanfaatkan momen tersebut untuk berkarya, sehingga, khalayak itu tidak bosan

karena khalayak juga mengikuti tren. Dalam hal ini, peneliti memfokuskan untuk meneliti akun *Instagram @agikcah* yang mengikuti arus era *postmodern* yakni, kreativitas seorang *content creator* bagaimana sebuah pesan dakwah dan pesan motivasi tersebut di gemari oleh para khalayak dan dapat dikonsumsi dengan baik.

### **Metode Penelitian**

Adapun pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, Rukajat, (2018) penelitian kualitatif yakni, jenis penelitian yang temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kuantifikasi, perhitungan statistik, atau dengan cara lainnya yang berhubungan dengan pengukuran sebuah angka. Penelitian kualitatif bertujuan mencakup informasi tentang fenomena utama yang dieksplorasi dalam penelitian, partisipasi penelitian dan lokasi penelitian. Disini peneliti memiliki tujuan menjelaskan *content creator* akun *Instagram @agikcah* menyampaikan pesan dakwah dan pesan motivasi di era *postmodern*. Adapun sumber data primer dan sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data primer meliputi akun *Instagram @agikcah* dan video audio visual dalam akun *Instagram* tersebut. Sumber data sekunder meliputi buku, jurnal atau website Internet yang berkaitan dan relevan dengan pembahasan penelitian ini. Berdasarkan pengumpulan data kualitatif peneliti, menerapkan teknik pengumpulan data dokumentasi, observasi dan wawancara.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **A. Profil Content Creator Akun Instagram @Agikcah**

*Content creator* disini diartikan sebagai kontributor sebuah karya digital bisa berupa gambar atau video (Jubilee, 2019). *Content creator* adalah orang atau sebuah lembaga yang membuat konten, utamanya di dunia maya dan internet, konten tersebut bisa berupa video, tulisan foto, audio, dan media lainnya. Di akun *Instagram @agikcah* dengan *follower* 14,7 ribu ditemukan 106 postingan namun, terhitung 91 video kreasi *content creator* yang berasal dari suara hasil ceramah agama dan motivasi seorang ulama, kiai, tokoh agama, aktivis kampus sampai jurnalis yang di ubah menjadi video yang menarik dan siap dikonsumsi oleh khalayak baik lokal maupun global. Video audio visual yang pertama di posting tahun 2017 yang berisikan pesan dakwah. *content creator* dalam akun *Instagram @agikcah* bernama Agik Nurfayi seorang alumni program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Kosentrasi Jurnalistik di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (UINSA), yang tinggal di Diwek, Jombang. Agik Nurfayi, juga seorang alumni santri tahun 2016 di asrama *Al Furqon* pondok pesantren *Darul Ulum* Peterongan Jombang. Maka dari itu alasannya memilih audio atau suara berisi pesan dakwah dan pesan motivasi, karena ingin mempermudah generasi muda lebih mengenal para ulama dan motivator serta juga sebagai wujud santri yang sudah lulus supaya dapat menyiarkan dakwah para ulama serta mempermudah generasi muda dalam memahami inti dari pesan dakwah para ulama, kiai, tokoh agama, aktivis

kampus, serta jurnalis dengan sentuhan seni dalam desain video audio visual yang lagi tren. Pada dasarnya pesan dakwah adalah sebuah pesan untuk mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran pernyataan ini terdapat pada QS *Ali Imran* ayat 104 dan dakwah itu harus dilakukan dengan hikmah serta bijaksana pernyataan ini terdapat dalam surat QS *An-Nahl* ayat 125 yang berbunyi (Qur'an Kemenag, 2020):

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ - ١٠٤

Artinya: Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung (QS.3:104).

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ - ١٢٥

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk (QS.16:125).

Melihat generasi muda pada saat ini lebih sering bermain *gadget* dan jarang mengikuti pengajian atau mendengarkan ceramah agama secara langsung maka, *content creator Instagram @agikcah* membuat karya video audio visual ini dan ternyata karyanya mendatangkan pujian dari para warga net serta *follower* akun *Instagram*-Nya semakin banyak pengikut. Secara tidak langsung Agik Nurfayi juga dapat di katakan seorang *selebgram* dengan hasil karyanya sebagai *content creator*.

Agik Nurfayi sendiri sering menjadi pembicara di acara seminar bidang desain di berbagai kota seperti Mojokerto, Pamekasan, Solo, dan Palembang ini dibuktikan dengan adanya foto yang dikirim Agik Nurfayi ke peneliti saat wawancara melalui *Whatsapp*.

**Tabel 1**  
**Agik Nurfayi Saat Jadi Pembicara**

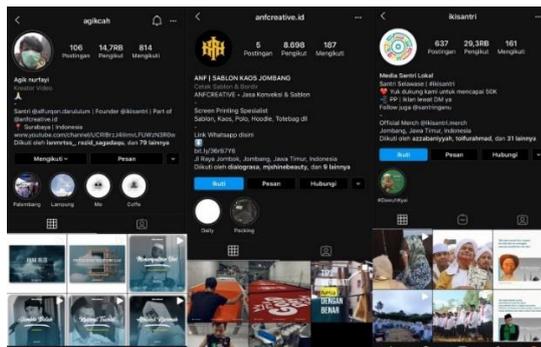
NO	Tempat Acara	Foto Content Creator Agik Nurfayi
1	Mojokerto	

2	Pamekasan	
3	Palembang	
4	Solo	

Bakat Agik Nurfayi dalam bidang desain ini muncul karena melihat dunia desain dalam masa ke masa akan mengalami perubahan dan kemajuan model sehingga akan menjadi suatu tren sampai menjadi konsumsi dalam budaya konsumen khususnya penikmat dan pengguna aktif media sosial. Dalam hal desain Agik Nurfayi, belajar secara outodidak yakni melihat cara desain video, penyuntingan video di *youtube* serta *sharing* informasi mengenai dunia desain bersama teman-temannya yang ahli dalam bidang desain.

Banyak masyarakat yang memandang seorang santri ketika menimba ilmu dipesantren saat sudah menyandang status alumni akan menjadi seorang tokoh agama, kiai, dai, dan ustaz, memang itu bagus dan impian yang sangat mulia bagi umat islam, namun hal itu tidak diharuskan. Nurfayi, (2020 ) menjelaskan ketika ia diberi pesan oleh Gus Azmi selaku pengasuh asrama *Al Furqon* pondok pesantren *Darul Ulum* Peterongan Jombang bahwa, “*Jangan kira santri hanya menjadi seorang kiai atau ustaz. Jika, santri menjadi kiai dan ustaz berarti santri tidak mengikuti kemajuan peradaban dan pada intinya peran seorang santri harus menyeluruh*” dari sinilah *content creator* akun *Instagram @agikcah* memiliki semangat yang tinggi untuk berkarya dan terus belajar dengan berbekal ilmu agama dari pesantren.

Tidak hanya akun pribadinya *@agikcah* untuk memperlihatkan hasil karyanya namun Agik Nurfayi juga menjadi founder akun *Instagram @ikisantri* yang postingannya juga lebih ke kalimat motivasi para ulama dan kehidupan para santri. Agik Nurfayi juga memanfaatkan ke ahliannya di bidang desain untuk membuka sebuah bisnis konveksi kaos dan sablon *@anfcreative.id*, ini dilihat dari bio *Instagram @agikcah*.



Gambar 1

**Akun Instagram Content Creator Agik Nurfayi**

(Screenshoot dari ponsel peneliti, akun Instagram @agikcah, @anfcreative.id, dan @ikisantri)

**B. Konten Video yang Berisi Pesan Dakwah dan Pesan Motivasi**

Dalam pembuatan konten video audio visual ini pemilik akun @agikcah menggunakan *adobe premiere* untuk penyuntingan video, *adobe audition* untuk penyuntingan suara, dan *adobe after effect* sebagai efek suara dalam video. Jadi Agik Nurfayi mengkreasikan suara seorang ulama, kiai, tokoh agama, aktivis kampus, serta jurnalis dijadikan video audio visual yang berisi pesan dakwah dan pesan motivasi dengan mengikuti tren di era *postmodern*. Video audio visual tersebut bertujuan agar banyak yang menikmati dakwah, kajian islam serta motivasi. Ada 91 video audio visual yang mengandung pesan positif karya Agik Nurfayi. Disini peneliti memberikan 5 contoh video hasil karya Agik Nurfayi di *Instagram @agikcah*.

**Tabel 2**  
**Konten Video Audio Visual @agikcah**

No	Judul Konten	Asal Suara dan Isi Konten	Screenshoot Video
1	Akhlakul Karimah	<p>KH. A. Kafabihi Mahrus</p> <p>Disini <i>content creator</i> akun <i>Instagram @agikcah</i> memberi tahu bahwa, KH. A. Kafabihi Mahrus seorang ulama, kiai, dan tokoh agama menyampaikan pesan dakwah “Orang yang tak punya akhlak sangat sulit diterima di masyarakat, bahkan di keluarganya sendiri tidak akan ada keharmonisan dalam keluarga tersebut. Seperti sabda Nabi Muhammad SAW bahwa beliau di perintah oleh Allah untuk menyempurnakan akhlak”.</p> <p>Di posting Lirboyo, 10 Juni 2019</p>	

<p>2 Anak Iblis</p>	<p>KH. Ahmad Asrori Al Ishaqi</p> <p>Disini <i>content creator</i> akun Instagram @agikcah memberi tahu bahwa, KH. Asrori Al Ishaqi beliau seorang ulama, kiai, dan tokoh agama menyampaikan pesan dakwah “<i>Meskipun orang itu alim, hebat sesungguhnya itu semua hanya milik Allah SWT. Dan sebagai manusia kita harus tetap mengingat bahwa kuasa Allah adalah yang paling besar. Dan kita sebagai manusia juga harus menghargai dan sebagai manusia kita perlu mengkoreksi diri tanpa harus menyalahkan dan membandingkan orang lain bahkan menyalakan zaman sekalipun</i>”</p> <p>Di posting Surabaya, 11 Desember 2020</p>	
<p>3 Menikahlah</p>	<p>Prof. Dr. AG. H. Muhammad Quraish Shihab Lc., M.A.</p> <p>Disini <i>content creator</i> akun Instagram @agilcah memberi tahu bahwa, Prof. Dr. AG. H. Muhammad Quraish Shihab Lc., MA. beliau seorang ulama, kiai, dan tokoh agama menyampaikan sebuah pesan dakwah “<i>Bagi orang yang mau menikah harus memelihara diri sebelum menikah, orang menikah harus mampu mental, spiritual, dan material. Dan untuk orang tua jangan menghalangi anak yang mempunyai niat untuk menikah, dan yang belum mampu menikah jagalah dirimu dari yang haram. Dan untuk orang tua jangan memperberat syarat para calon karena Allah akan membantunya</i>”</p> <p>Diposting Jakarta, 27 Mei 2018</p>	

4 Jabatan atau Ashif Jauhar Winarto, S.E.  
Pengabdian

Disini *content creator* akun Instagram @agikcah memberi tahu bahwa, Ashif Jauhar Winarto, S.E. selaku aktivis kampus dan ketua BEM Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Sunan Ampel Surabaya masa jabatan tahun 2019-2020, menyampaikan pesan motivasi “Orang akan di hadapkan dua pilihan ketika sedang berorganisasi yakni jabatan dan pengabdian, pengabdian bukan didasari kepentingan pribadi justru pengabdian dilandasi rasa ikhlas dan sabar saat berproses. Jika orang memilih jabatan dalam berproses akan mendapatkan jabatan namun, jika orang niat mengabdikan maka tidak memikirkan apa yang dia dapatkan melainkan pengalaman yang baru baik relasi, teman, sahabat, ilmu dan strategi berorganisasi. Jadi, jabatan hanya sementara tapi pengabdian selamanya”

Di posting Surabaya, 26 November 2018



5 Catatan Untuk Najwa Shihab, S.H.  
Mahasiswa

Disini *content creator* akun Instagram @agikcah memberi tahu bahwa, Najwa Shihab, S.H. memberikan pesan motivasi “Mahasiswa harus belajar dan belajar tidak boleh di abaikan, namun akan merugi jika belajar disempitkan hanya akan perkuliahan. Menikmati kehidupan kampus dengan mengasah jangan terus berkeluh kesah”

Di posting Surabaya, 6 April 2018



**C. Content Creator @agikcah di Era Postmodern**

Budaya mengonsumsi sebuah tren memang menjadi budaya bersama. (Ritzer & Goodman, 2008) sebuah teori sosial mengatakan dimana teori *postmodern* juga di

dukung oleh Jeans Boudrillard seorang sosiolog yang berpendapat bahwa, masyarakat saat ini didominasi oleh sebuah produksi. Ilham, (2018) mengatakan bahwa, *Postmodernisme* menunjukkan pada sebuah kritik filosofis pada fenomena yang terdapat di dunia, epistemologi dan ideologi-ideologi modern, Disini *content creator* akun Instagram @agikcah juga mengonsumsi tren dan memproduksi tren. Sebuah video audio visual adalah sebuah produk di era *postmodern* karena, masuk ke dalam pengaruh seni dan kreativitas.

Era *postmodern* memberikan ruang bagi proses intensifikasi dinamisme, yakni upaya tidak ada henti-hentinya untuk mencari kebaruan, eksperimen dan revolusi kehidupan terus menerus (Migotuwio, 2020). Apalagi gaya desain video audio visual oleh *content creator* akun Instagram @agikcah menampilkan desain yang rapi, dan terkonsep. Jadi era *postmodern* itu menata ulang kriteria menjadi proses pembaharuan. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa, hasil video audio visual karya Agik Nurfayi adalah produk di era *postmodern* karena mengikuti budaya serta mode baru dalam bidang komunikasi, informasi dan sosial budaya.

### **Kesimpulan**

Perilaku konsumen biasanya lebih mengikuti tren, maksudnya adalah apa yang lebih melintang pada saat itu menjadi konsumsi khalayak. Di era *postmodern* seorang *content creator* juga berperan penting dalam sebuah seni desain apalagi desain video audio visual. Dimana budaya populer kontemporer juga diterapkan oleh *content creator* khususnya akun Instagram @agikcah. Demi memperkenalkan pesan dakwah dan motivasi seorang ulama, kiai, tokoh agama, aktivis kampus, serta jurnalis di era serba digital, Agik Nurfayi membuat video audio visual dengan desain kekinian dan mengikuti tren karena agar khalayak luas baik lokal maupun global lebih mengenal ulama, kiai, tokoh agama, aktivis kampus, serta jurnalis dalam memberikan pesan dakwah dan pesan motivasi serta juga pada saat itu juga muncul fenomena hijrah dimana video model tersebut juga tren.

*Content Creator* akun Instagram @agikcah juga memanfaatkan keahliannya dibidang desain untuk mengembangkan sebuah bisnis desain yakni di bidang konveksi dan sablon kaos dapat di lihat apada akun Instagram @anfcreative.id serta menjadi founder akun Instagram @ikisantri, ini dapat dilihat di akun bio akun Instagram @agikcah.

## BIBLIOGRAFI

- Adhary, A. F., Siregar, F. M., & Abid, M. R. (2021). Youtuber sebagai Perubahan Minat Profesi Kaum Milenial di Era Postmodern. *JIKE: Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 4(2), 121–130.
- Fahmi, G. (2018). *Religion Society & Social Media*. Deepublish. [Google Scholar](#)
- Featherstone, M. (2008). *Postmodernisme Dan Budaya Konsumen*. Pustaka Pelajar Offset. [Google Scholar](#)
- Ilham, I. (2018). Paradigma Postmodernisme; Solusi untuk Kehidupan Sosial? *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.24815/jsu> [Google Scholar](#)
- Jubilee, E. (2019). *Jadi Youtuber (A-Z) : Cara menjadi Youtuber Paling Cespleng*.
- Migotuwio, N. (2020). *Desain Grafis Kemarin, Kini, dan Nanti*. Alinea Media Dipantara.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & William, W. (2008). *Advertising Edisi Ke Delapan*. Prenandamedia Grub. [Google Scholar](#)
- Nurfayi, A. (2020). *Wawancara mengenai content creator dakwah di era postmodern*.
- Qur'an Kemenag. (2020). *Surah Ali Imran dan An Nahl*. Web Qur'an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2008). *Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern*. Kreasi Wacana. [Google Scholar](#)
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Budi Utama.
- Syam, N. K. (2005). Dakwah dalam Perspektif Modernisme Antisipasi Menuju Postmodernisme. *Mediator*, 6(1). [Google Scholar](#)

---

### Copyright holder:

Nur Mahmudah El Madja (2022)

### First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

### This article is licensed under:

