

BAHASA MATEMATIKA SEBAGAI STRATEGI RETORIS DAKWAH DIGITAL: ANALISIS METAFORA KONSEPTUAL PADA KONTEN TIKTOK

Camelya Nurul Insani¹, Salbana Ziadatul Ramadhan², Alleya Danti Sri Rahayu³,
Fathurrohman Al Aziz⁴, Attin Rahmah Pertiwi⁵, Amalia Azizah Putri⁶, Shohibul
Huda⁷, Muhamad Iqbal Nurdiansyah⁸, Anjar Sulistyani⁹

¹⁻⁹Komunikasi dan Penyiaran Islam, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia
camelyaa.nurul23@gmail.com¹, salbanazia@gmail.com²,
dantialleya12@gmail.com³, fathurrohmanalaziz00@gmail.com⁴,
attiinpertiwi@gmail.com⁵, Putriamaliaokt13@gmail.com⁶,
shohibhuda0806@gmail.com⁷, kbriqbalnurdiansyah@gmail.com⁸,
anjar@iai-alzaytun.ac.id⁹

ABSTRACT

This study analyzes the use of mathematical language as a creative communication strategy in Islamic da'wah content on social media, particularly TikTok, among Generation Z audiences. Using a qualitative descriptive approach with qualitative content analysis based on Krippendorff's (2019) framework, this research examined seven TikTok uploads that explicitly employed mathematical terms or symbols (numbers, arithmetic operators, or words such as "formula" or "logic") in religious contexts. The data were purposively sampled and coded based on Kövecses's (2005) classification of conceptual metaphors: structural, orientational, and ontological. The findings reveal that six of the seven uploads employed structural metaphors, divided into two rhetorical patterns: (1) reversing conventional arithmetic logic to represent boundless reward and sincerity (five uploads), and (2) affirming valid mathematical relations as rational proof of monotheism (one upload). One upload employed an ontological metaphor, concretizing the abstract concept of selective religious practice through a "food stall" analogy. No orientational metaphors were found in the collected data. These findings suggest that mathematical language in digital da'wah functions as a deliberate rhetorical strategy that bridges rational logic familiar to Generation Z with abstract spiritual concepts, and that such analogies have developed into a recurring rhetorical formula across different content creators.

Keywords: *digital da'wah, mathematical language, conceptual metaphor, qualitative content analysis, TikTok*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penggunaan bahasa matematika sebagai strategi komunikasi kreatif dalam konten dakwah Islam di media sosial, khususnya TikTok, di kalangan audiens Generasi Z. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif berdasarkan kerangka Krippendorff (2019), penelitian ini mengkaji tujuh unggahan TikTok yang secara eksplisit memuat istilah

atau simbol matematika (angka, operator hitung, atau kata “rumus”/“logika”) dalam konteks keagamaan. Data diambil secara purposif dan dikoding berdasarkan klasifikasi metafora konseptual Kövecses (2005): struktural, orientasional, dan ontologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa enam dari tujuh unggahan menggunakan metafora struktural, yang terbagi menjadi dua pola retorik: (1) membalikkan logika hitung konvensional untuk merepresentasikan pahala dan keikhlasan yang tak terbatas (lima unggahan), dan (2) menegaskan validitas relasi matematis sebagai bukti rasional ketauhidan (satu unggahan). Satu unggahan menggunakan metafora ontologis, mengonkretkan konsep keberagamaan selektif melalui analogi “etalase warteg”. Metafora orientasional tidak ditemukan pada data yang terkumpul. Temuan ini menunjukkan bahwa bahasa matematika dalam dakwah digital berfungsi sebagai strategi retorik yang disengaja untuk menjembatani logika rasional yang familiar bagi Generasi Z dengan konsep spiritual yang abstrak, dan bahwa analogi semacam ini telah berkembang menjadi formula retorik yang berulang di berbagai kreator konten.

Kata Kunci: dakwah digital, bahasa matematika, metafora konseptual, analisis isi kualitatif, TikTok

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara fundamental lanskap dakwah Islam di Indonesia, terutama di kalangan Generasi Z yang tumbuh dengan paparan media sosial sebagai ruang interaksi utama. Indonesia saat ini menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, mencapai lebih dari 160 juta pengguna aktif bulanan per Maret 2025 (Kompas, 2025), dengan Generasi Z sebagai kelompok pengguna internet yang paling dominan, berkontribusi sebesar 25,54 persen dari total 229,4 juta pengguna internet Indonesia (APJII, 2025). Data

ini mengonfirmasi bahwa TikTok bukan sekadar platform hiburan, melainkan telah menjadi ruang komunikasi utama bagi generasi muda Indonesia, termasuk dalam hal konsumsi konten keagamaan. Fenomena ini merupakan bagian dari perluasan praktik dakwah konvensional ke ruang siber, yang ditandai dengan pergeseran dari komunikasi satu arah menuju komunikasi yang interaktif dan partisipatif (Husna dkk., 2025). Secara konseptual, komunikasi dakwah dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi yang khas, di mana komunikator menyampaikan pesan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah

dengan tujuan mengubah sikap dan perilaku komunikasi agar sesuai ajaran Islam dalam perspektif keagamaan (Tasmara, 1997). Definisi ini menegaskan bahwa yang membedakan komunikasi dakwah dari komunikasi pada umumnya bukan pada prosesnya, melainkan pada sumber pesan dan tujuan akhirnya, yakni perubahan sikap berdasarkan nilai keagamaan. Platform seperti TikTok dan Instagram telah bertransformasi menjadi mimbar digital yang memungkinkan da'i maupun konten kreator menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan format yang ringkas, visual, dan interaktif. Generasi Z memiliki preferensi khusus terhadap konten visual dan dinamis, sehingga metode dakwah konvensional sering kali kurang mampu memenuhi ekspektasi mereka (Aini, 2023). Fenomena ini melahirkan pergeseran paradigma dakwah digital, dari model komunikasi satu arah menuju model yang lebih partisipatif dan adaptif terhadap karakteristik audiens muda (Aini & Fadli, 2024; Putra dkk., 2023).

Dalam upaya menjawab kebutuhan tersebut, para kreator dakwah mengembangkan berbagai

strategi kreatif untuk mengemas pesan keislaman. Penelitian menunjukkan bahwa strategi seperti storytelling personal, video edukatif singkat dengan teks visual, motivasi islami estetik, dan humor ringan efektif menarik perhatian Generasi Z di platform TikTok (Fahrudy dkk., 2026). Hal ini menuntut da'i digital untuk tidak hanya memahami isi pesan keislaman, tetapi juga "bahasa" platform itu sendiri, termasuk ritme, durasi, dan elemen visual yang sesuai dengan kebiasaan menonton Generasi Z. Salah satu strategi yang belakangan banyak ditemukan namun belum banyak dikaji secara akademis adalah penggunaan bahasa matematika sebagai alat metaforis untuk menjelaskan konsep-konsep abstrak dalam ajaran Islam. Istilah-istilah seperti "matematika sedekah", "rumus keikhlasan", atau analogi numerik tentang balasan amal kerap muncul dalam unggahan-unggahan pendek yang viral, di mana logika dan simbol matematis dipinjam untuk menggambarkan prinsip-prinsip teologis seperti keikhlasan dan keberkahan.

Dari perspektif linguistik kognitif, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori metafora konseptual

yang dikembangkan oleh Lakoff dan Johnson, yang menyatakan bahwa metafora pada dasarnya bukan sekadar gaya bahasa, melainkan cara berpikir manusia dalam memahami konsep abstrak melalui konsep yang lebih konkret (Lakoff & Johnson, 1980). Dalam kerangka ini, terdapat dua ranah konseptual, yaitu ranah sumber dan ranah sasaran, di mana ranah sumber digunakan manusia untuk memahami konsep abstrak dalam ranah sasaran (Lakoff & Johnson, 2003, dalam Prayogi & Oktavianti, 2020). Penerapan kerangka ini pada konteks keagamaan bukan hal baru penelitian terdahulu telah menemukan metafora konseptual "hidup adalah perjalanan" dalam ekspresi keagamaan masyarakat Indonesia di media sosial, seperti ungkapan "kembali ke jalan Tuhan" untuk menggambarkan proses bertaubat (Widiatmika dkk., 2024). Teori dasar ini diperkuat oleh Kövecses, yang menjelaskan bahwa metafora konseptual terbentuk dari empat komponen utama: ranah sumber (source domain), ranah target (target domain), pengalaman inderawi (embodied experience), dan skema citra (image schema) (Kövecses, 2005). Lebih lanjut, Kövecses

mengidentifikasi tiga jenis metafora konseptual struktural, orientasional, dan ontologis yang masing-masing memetakan hubungan berbeda antara ranah sumber dan ranah target. Dalam konteks bahasa matematika sebagai metafora dakwah, jenis metafora struktural menjadi yang paling relevan, sebab struktur logis-sistematis dari ranah matematika (misalnya hubungan sebab-akibat dalam operasi hitung) dipetakan langsung ke struktur ranah spiritual (misalnya hubungan amal dan pahala), sehingga audiens dapat memahami konsep keagamaan yang abstrak melalui logika yang sudah mereka kenal sejak bangku sekolah. Mengingat penelitian ini berada dalam konteks mata kuliah Matematika, perlu ditegaskan pula landasan matematis dari dua operasi yang kerap dipinjam dalam konten dakwah digital, yaitu pembagian dengan pembagi nol dan operasi pengurangan secara umum. Dalam sistem bilangan real, operasi pembagian a/b didefinisikan sebagai pencarian suatu bilangan c sedemikian sehingga $b \times c = a$. Ketika $b = 0$, tidak terdapat satu pun nilai c yang dapat memenuhi persamaan tersebut secara konsisten untuk semua nilai a , sehingga pembagian

dengan nol dinyatakan tidak terdefinisi (undefined) dalam matematika baku, dan bukan sama dengan tak terhingga (∞) sebagaimana sering dipahami secara intuitif. Demikian pula, dalam sistem bilangan bulat, operasi pengurangan $a - b$ untuk a, b positif akan selalu menghasilkan nilai yang lebih kecil dari a apabila b bernilai positif ($10 - 1 = 9$, bukan 19), sebagaimana berlaku pada sifat tertutup (closure) dan urutan (order) bilangan real. Ketidaksesuaian antara hasil yang dituliskan dalam konten dakwah dengan aturan matematis baku inilah yang justru menjadi kunci untuk memahami mekanisme retorisnya: validitas matematis dari operasi yang dipinjam bukanlah tujuan dari unggahan-unggahan tersebut, justru ketidakvalidannya yang dimanfaatkan secara sengaja sebagai sumber daya retorik (rhetorical resource) untuk menegaskan transendensi konsep keagamaan yang sedang disampaikan.

Meskipun kajian metafora konseptual maupun kajian dakwah digital di kalangan Generasi Z masing-masing telah cukup banyak diteliti secara terpisah, persilangan antara keduanya yakni bagaimana logika dan simbol matematika secara spesifik

dikonstruksi sebagai bahasa metaforis dalam pesan dakwah digital masih belum banyak dieksplorasi. Kekosongan ini menjadi celah akademis yang relevan untuk dieksplorasi, mengingat fenomena tersebut berpotensi memberikan kontribusi teoritis baru pada persilangan studi komunikasi dakwah dan linguistik kognitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kualitatif bagaimana bahasa matematika digunakan sebagai strategi komunikasi dakwah dalam konten media sosial, dengan menelaah bentuk-bentuk penggunaannya, makna metaforis yang dikonstruksi, serta relevansinya terhadap pola komunikasi Generasi Z.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*), yaitu teknik yang berfokus pada interpretasi makna di balik suatu teks atau media. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan menginterpretasikan makna metaforis yang dikonstruksi melalui penggunaan bahasa matematika

dalam konten dakwah, bukan menghitung frekuensi kemunculan istilah matematika. Unit analisis dalam penelitian ini adalah unggahan TikTok yang secara eksplisit menggunakan istilah atau simbol matematika, seperti angka, operator hitung, serta kata *rumus* atau *logika*, yang dikaitkan dengan konsep-konsep keagamaan, seperti keikhlasan, sedekah, rezeki, dan ketauhidan.

Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu memilih unggahan berdasarkan kriteria tertentu, meliputi: (1) memuat istilah atau simbol matematika dalam konteks dakwah; (2) diunggah oleh akun dakwah yang aktif dengan tingkat keterlibatan yang memadai; dan (3) masih dapat diakses publik pada saat penelitian (Juni 2026). Penelitian ini tidak membatasi periode unggahan karena berfokus pada variasi bentuk metafora matematika, bukan tren temporal. Sampel yang dianalisis berjumlah tujuh unggahan, yang dinilai memadai untuk penelitian eksploratif dengan pendekatan analisis isi kualitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, yaitu menyimpan tangkapan layar (screenshot) dan mencatat redaksi

teks lengkap (verbatim) dari setiap unggahan yang memenuhi kriteria sampel. Teknik analisis data mengacu pada tahapan analisis isi Krippendorff (2019), meliputi: (1) *unitizing*, menetapkan unggahan yang memuat bahasa matematika dalam konteks dakwah sebagai unit analisis; (2) *sampling*, memilih unggahan secara purposif; (3) *coding*, mengidentifikasi dan mengategorikan metafora matematis berdasarkan klasifikasi Kövecses (2005); (4) *interpretasi (abductively inferring)*, menafsirkan makna metafora dalam strategi komunikasi dakwah digital; dan (5) *narrating*, menyajikan hasil analisis dalam bentuk narasi pada Bab Hasil dan Pembahasan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan proses pencarian data primer yang dilakukan secara purposive pada platform TikTok, tim peneliti telah mengumpulkan tujuh unggahan yang memenuhi seluruh kriteria sampel yang ditetapkan pada Bab III, sesuai dengan target jumlah sampel yang disepakati. Ketujuh unggahan tersebut dianalisis menggunakan tahapan content analysis Krippendorff (2019) dan diklasifikasikan berdasarkan tiga jenis

metafora konseptual menurut Kövecses (2005): struktural, orientasional, dan ontologis. Hasil koding menunjukkan bahwa enam unggahan termasuk dalam kategori metafora struktural yang masih terbagi ke dalam dua pola retorik yang berbeda dan satu unggahan termasuk dalam kategori metafora ontologis. Kategori metafora orientasional tidak ditemukan pada data yang terkumpul.

1. Metafora Struktural: Variasi Operasi dan Relasi Bilangan dalam Representasi Logika Keagamaan

Enam dari tujuh unggahan yang dianalisis dalam penelitian ini tergolong metafora struktural, yakni metafora yang meminjam struktur logis dari ranah matematika untuk memetakan suatu konsep keagamaan yang abstrak. Namun, pengodean lebih lanjut menunjukkan bahwa keenam unggahan tersebut sesungguhnya terbagi ke dalam dua pola retorik yang berbeda: (1) pola anomali operasi hitung, yang menggunakan hasil operasi matematika yang “menyimpang” dari logika konvensional untuk merepresentasikan pahala dan keikhlasan yang tak terbatas (lima unggahan); dan (2) pola relasi

bilangan yang sah secara matematis, yang digunakan sebagai bukti analogis bagi konsep ketauhidan (satu unggahan). Kedua pola tersebut diuraikan secara berurutan berikut ini.

Unggahan pertama, yang ditemukan pada akun @sallfaraa_ (TikTok, 27 Januari 2026) dengan judul “Kekuatan Matematika Allah”, secara eksplisit mempertentangkan dua sistem hitung: “matematika manusia” dan “matematika Allah”. Dalam unggahan tersebut dituliskan bahwa jika di hitungan manusia berlaku $1+1=2$, maka dalam perspektif keagamaan “1 sedekah + 1 ikhlas bukan berarti 2, tapi bisa jadi 10, 100, bahkan tak terhingga.” Konstruksi ini merupakan metafora struktural sebagaimana dijelaskan Kövecses (2005), karena struktur logis dari ranah sumber (operasi penjumlahan dalam matematika, yang lazimnya menghasilkan keluaran yang pasti dan dapat diprediksi) dipetakan ke ranah sasaran (hubungan antara amal dan balasan/pahala), namun dengan keluaran yang sengaja dibuat berbeda dari logika matematis konvensional. Pemetaan inilah yang menjadi inti strategi retorik unggahan tersebut: audiens diajak memahami bahwa balasan dari Allah tidak tunduk pada

logika hitung manusia yang linear dan proporsional.

Pola serupa namun dengan operasi matematis yang berbeda ditemukan pada dua unggahan lain, yakni dari akun @ummi_hanifzaidan (TikTok, 17 Juni 2026) dan akun atas nama Desi Purwatesa (TikTok, 2 Maret 2026). Kedua unggahan ini sama-sama menggunakan operasi pembagian dengan pembagi nol ($1/0$) sebagai metafora untuk konsep ikhlas. Pada unggahan @ummi_hanifzaidan dituliskan, “Jika kau memberi 1 dan berharap 1, maka 1 lah hasil yang didapat,” yang kemudian dikontraskan dengan, “Maka kamu akan menerima hasil tak terhingga sebagai balasan dari Sang Maha Pemberi” ketika harapan/pamrih bernilai nol. Pola yang hampir identik muncul pada unggahan Desi Purwatesa, yang menyatakan bahwa “keikhlasan, ketenangan, kedamaian nilainya tak terhingga” sembari memperlihatkan tulisan tangan operasi pembagian dengan pembagi nol. Dalam matematika konvensional, pembagian dengan nol merupakan operasi yang tidak terdefinisi (undefined); namun dalam kedua unggahan ini, ketidakterdefinisan tersebut justru direinterpretasi secara metaforis

sebagai “tak terhingga” (infinity), yang dipakai untuk merepresentasikan balasan yang tidak terbatas atas keikhlasan tanpa pamrih. Anomali matematis ini operasi yang secara konvensional dianggap “salah” atau tidak bermaknajuatu dipinjam dan dimaknai ulang untuk menegaskan keajaiban dan ketakterbatasan kuasa Allah, sebuah pola peminjaman ranah konseptual yang sejalan dengan temuan Widiatmika dkk. (2024) mengenai metafora keagamaan dalam ekspresi digital masyarakat Indonesia. Ketepatan matematis bukanlah tujuan kedua unggahan tersebut melainkan ketidaktepatannya yang justru dipinjam maknanya sebagai ranah sumber metaforis.

Variasi jenis operasi matematis yang dipinjam juga ditemukan pada unggahan akun dakwah Muhammad Assad (TikTok, 31 Juli 2025), yang menggunakan operasi pengurangan sebagai ranah sumber. Dalam unggahan tersebut dijelaskan bahwa “dalam matematika manusia, setiap yang dibagi dan dikurangi hasilnya akan berkurang,” namun “dalam matematika Allah, apapun yang dibagi, apapun yang dikurangi, itu jauh akan bertambah dan berkali lipat,” dicontohkan dengan persamaan “ $10 -$

1 = 9” pada logika manusia, dibandingkan dengan “ $10 - 1 = 19$ ” pada logika Allah, dengan merujuk pada QS. Al-An’am: 160 tentang pelipatgandaan pahala kebaikan sepuluh kali lipat. Secara matematis, persamaan “ $10 - 1 = 19$ ” jelas tidak valid; namun ketidakvalidan inilah yang menjadi pusat pesan retorisnya, sebagai analogi bagi prinsip pelipatgandaan pahala (10 kali lipat dari amal yang disedekahkan) sebagaimana dijelaskan dalam rujukan ayat yang dikutip. Temuan ini memperkuat pola yang sama dengan dua unggahan sebelumnya: operasi pengurangan, yang dalam matematika konvensional selalu menghasilkan nilai yang lebih kecil, justru dibalik maknanya untuk menggambarkan sifat pahala ilahi yang tidak pernah berkurang meski “dibagi” atau “dikurangi.”

Pola operasi pengurangan yang identik juga ditemukan pada unggahan akun @nazlirustian_bk (TikTok, 9 Januari 2023), yang menyatakan “matematika kita: 1 kurangi 1 = 0, matematika Tuhan: 1 kurangi 1 bisa jadi 10, karena 1 sedekah bernilai 10 di mata Tuhan.” Menariknya, akun ini bukan akun dakwah dengan basis pengikut yang

besar maupun akun bertema keagamaan secara konsisten, melainkan akun pribadi dengan konten yang beragam (gim, seputar CPNS, dan lain-lain), namun tetap menghasilkan pola retorik yang sama persis dengan unggahan Muhammad Assad yang notabene berasal dari akun dakwah ternama. Kemunculan pola “1 dikurangi 1 = 0 (manusia) versus berlipat ganda (Tuhan)” pada dua akun yang tidak saling berkaitan ini mengindikasikan bahwa analogi tersebut bukan sekadar kreativitas individual satu kreator, melainkan telah menjadi semacam trope atau formula retorik yang beredar luas dan dipakai berulang dalam wacana dakwah digital berbahasa Indonesia.

Dari kelima data berpola anomali operasi hitung tersebut, dapat diidentifikasi sebuah pola yang konsisten: ranah sumber yang dipinjam bukanlah operasi matematika dalam keadaan normal, melainkan justru operasi penjumlahan, pengurangan, maupun pembagian yang menghasilkan keluaran tidak lazim atau secara matematis tidak terdefinisi. Pemilihan jenis operasi yang “menyimpang” dari logika matematika konvensional ini tampaknya bukan kebetulan,

melainkan strategi retorik yang disengaja: justru karena operasi tersebut tidak masuk akal secara matematis, ia menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan bahwa logika ilahiah berada di luar jangkauan nalar manusia. Temuan ini memperkuat argumen Prayogi & Oktavianti (2020) bahwa ranah sumber dipilih bukan secara acak, melainkan karena sifat konkret dan familiarnya bagi audiens dalam hal ini, audiens Generasi Z yang akrab dengan notasi matematika dasar dari bangku sekolah, sehingga “pelanggaran” terhadap notasi tersebut menjadi lebih mudah dipahami dan diingat.

Pola retorik kedua dalam kategori metafora struktural ditemukan pada unggahan akun NU Channel yang menampilkan ceramah KH. Ahmad Bahauddin Nursalim (Gus Baha) berjudul “Belajar Tauhid dari Matematika” (TikTok, 18 September 2023). Berbeda dengan kelima unggahan sebelumnya, unggahan ini tidak menggunakan operasi matematika yang “menyimpang” dari logika konvensional, melainkan justru memanfaatkan sebuah kebenaran matematis yang sah, yakni konsep nisbatul far’ ilal ashl (rasio cabang

terhadap pokok/asalnya): bahwa berapa pun besar suatu bilangan sejuta, semiliar, bahkan sebanyak jumlah benda di seluruh alam semesta bilangan tersebut pada dasarnya merupakan kelipatan atau pengembangan dari angka satu. Logika matematis ini kemudian dipetakan secara analogis pada konsep ketauhidan: sebagaimana semua bilangan pada akhirnya berakar pada satu, demikian pula segala sesuatu dalam alam semesta pada hakikatnya bersumber dan bergantung pada Yang Maha Esa.

Unggahan ini tetap tergolong metafora struktural karena tetap memenuhi syarat utamanya, yaitu pemetaan struktur logis dari ranah matematika (relasi bilangan asal dan kelipatannya) ke ranah keagamaan (relasi antara Yang Esa dan keberagaman ciptaan-Nya). Namun, mekanismenya berbeda dari pola anomali pada kelima data sebelumnya: alih-alih membalikkan logika matematika untuk menunjukkan keajaiban ilahi, unggahan ini justru menegaskan validitas logika matematika itu sendiri untuk membuktikan kebenaran ketauhidan secara rasional. Variasi ini menunjukkan bahwa metafora

struktural dalam konten dakwah digital tidak tunggal bentuknya, melainkan dapat beroperasi melalui dua jalur retorik yang berlawanan arah: satu menonjolkan anomali untuk menggambarkan transendensi, satu lagi menonjolkan validitas untuk membuktikan rasionalitas iman.

Berbeda dengan kelima data sebelumnya, premis matematis yang digunakan dalam unggahan ini sepenuhnya valid: untuk sebarang bilangan asli n , berlaku $n = n \times 1$, sehingga setiap bilangan, sebesar apa pun nilainya, secara aritmetis senantiasa dapat dinyatakan sebagai produk dari bilangan tersebut dengan satuan (unit), yakni angka satu. Sifat aritmetis inilah bahwa satu merupakan elemen identitas perkalian (multiplicative identity) yang menjadi dasar bagi pembentukan seluruh bilangan lainnya yang dipetakan secara analogis pada konsep tauhid, yakni keesaan Allah sebagai asal dari segala sesuatu yang ma'jud. Karena premis sumbernya sah secara matematis, kekuatan retorik unggahan ini terletak bukan pada anomali atau pelanggaran logika seperti pada kelima data sebelumnya, melainkan pada kekokohan struktur matematis itu sendiri yang dipinjam untuk

menunjukkan keniscayaan rasional dari konsep ketauhidan.

2. Metafora Ontologis: Syariat sebagai Entitas yang Tidak Dapat Dipilah

Berbeda dengan kelima data sebelumnya yang menggunakan struktur operasi matematika secara langsung sebagai representasi logika keagamaan, unggahan kelima bertajuk “Jangan Menyiasati Syariah” (TikTok, 23 Desember 2022) menampilkan pola pemanfaatan bahasa matematika yang berbeda. Dalam unggahan tersebut, kreator memaparkan bahwa angka 10 dapat diperoleh dari berbagai kombinasi penjumlahan yang setara ($5+5$, $7+3$, $8+2$, $6+4$), dan menegaskan bahwa secara matematis hal tersebut tidak keliru. Namun, alih-alih menjadikan kesetaraan hasil tersebut sebagai analogi positif bagi konsep keagamaan sebagaimana keempat data sebelumnya, kreator justru menggunakannya sebagai titik tolak untuk menolak penerapan logika tersebut pada praktik keberagamaan. Pernyataan kunci dalam unggahan ini adalah peringatan agar “analogi ini tidak membuat kita menjadikan agama ibarat sajian makanan yang ada di etalase warteg”, yakni sikap

memilih hanya kewajiban agama yang disukai dan meninggalkan yang dianggap merepotkan.

Konstruksi “agama ibarat sajian makanan di etalase warteg” merupakan metafora ontologis sebagaimana didefinisikan Kövecses (2005), karena di sini suatu konsep abstrak (syariat/agama sebagai sistem kewajiban) dikonkretkan menjadi entitas fisik yang dapat dilihat, dipilih, dan ditinggalkan layaknya hidangan di sebuah warung makan. Pemetaan ontologis semacam ini memungkinkan audiens memahami suatu sikap keberagamaan yang abstrak (keberagamaan yang selektif/parsial) melalui pengalaman konkret yang familiar (memilih makanan di warteg). Menariknya, dalam unggahan ini bahasa matematika justru berperan sebagai elemen pembanding yang ditolak kesahihan analognya, bukan sebagai sumber metafora utama sebuah variasi retorik yang menunjukkan bahwa bahasa matematika dalam konten dakwah tidak selalu digunakan untuk menguatkan, tetapi kadang justru untuk membantah sebuah cara pandang. Unggahan ini juga merujuk pada kecaman Al-Qur’an terhadap kaum yang “mengimani sebagian isi

kitab namun menolak sebagiannya” (merujuk pada kisah Bani Israil), memperkuat pesan bahwa keberagamaan tidak dapat dijalankan secara parsial/pilih-pilih.

Secara keseluruhan, ketujuh data primer yang berhasil dikumpulkan dalam penelitian ini menunjukkan tiga varian pemanfaatan bahasa matematika dalam konten dakwah digital: (1) metafora struktural berpola anomali, yang membalikkan logika operasi hitung untuk menjelaskan pahala dan keikhlasan yang melampaui nalar manusia (lima unggahan); (2) metafora struktural berpola relasi bilangan yang sah, yang memanfaatkan kebenaran matematis (rasio bilangan terhadap angka satu) sebagai bukti analogis ketauhidan (satu unggahan); dan (3) metafora ontologis, yang mengonkretkan konsep keberagamaan abstrak menjadi entitas yang dapat dipilih atau ditinggalkan, dengan bahasa matematika berperan sebagai pembanding yang justru ditolak penerapannya (satu unggahan). Kategori metafora orientasional tidak ditemukan pada data yang terkumpul, yang dapat menjadi catatan bagi penelitian lanjutan untuk menelusuri lebih jauh apakah pola tersebut

memang jarang digunakan dalam konten dakwah bertema matematika, atau hanya kebetulan tidak terjangkau oleh kriteria sampel penelitian ini.

Temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa kajian terdahulu sekaligus menawarkan perspektif yang saling melengkapi. Putra dkk. (2023) yang meneliti pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah bagi Generasi Z menemukan bahwa efektivitas pesan dakwah digital sangat bergantung pada kemampuan kreator mengemas konten dalam “bahasa” yang familiar bagi audiens muda. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut sekaligus menunjukkan bahwa peminjaman logika matematika merupakan salah satu mekanisme konkret dari strategi “berbicara dalam bahasa audiens” yang dimaksud, yakni memanfaatkan pengetahuan matematis dasar yang dimiliki hampir seluruh Generasi Z dari bangku sekolah sebagai jembatan menuju konsep spiritual yang abstrak. Sementara itu, Rakatiwi dkk. (2023) yang meneliti konten dakwah digital di TikTok menemukan bahwa kreator dakwah milenial cenderung menggunakan pendekatan visual dan analogis untuk meningkatkan keterlibatan audiens; temuan

penelitian ini melengkapi perspektif tersebut dengan menunjukkan bahwa analogi matematis yang bersifat sistematis, terstruktur, dan memiliki daya demonstratif yang kuat merupakan sub-kategori analogi yang secara khusus efektif untuk topik-topik dakwah yang berhubungan dengan logika pahala, keikhlasan, dan ketauhidan. Adapun konsistensi pola retorik yang ditemukan pada kreator dari berbagai latar belakang dan skala pengikut dari akun dakwah ternama seperti Muhammad Assad hingga akun pribadi seperti @nazlirustian_bk memberikan indikasi awal bahwa formula metaforis matematis ini telah memperoleh semacam konsolidasi atau “standardisasi informal” dalam wacana dakwah digital berbahasa Indonesia, sebuah fenomena yang belum diidentifikasi oleh studi-studi sebelumnya dan menarik untuk diteliti lebih lanjut.

D. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menganalisis penggunaan bahasa matematika sebagai strategi komunikasi dakwah dalam konten TikTok melalui analisis isi kualitatif terhadap tujuh unggahan. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa bahasa matematika dimanfaatkan sebagai metafora untuk menjelaskan konsep-konsep keagamaan yang abstrak sehingga pesan dakwah lebih mudah dipahami, terutama oleh audiens Generasi Z.

Temuan menunjukkan bahwa metafora struktural merupakan bentuk yang paling dominan, ditemukan pada enam unggahan, melalui pembalikan logika matematika untuk menjelaskan pahala, rezeki, dan keikhlasan, serta penggunaan relasi matematis sebagai analogi konsep ketauhidan. Satu unggahan menggunakan metafora ontologis, sedangkan metafora orientasional tidak ditemukan dalam data penelitian.

Secara keseluruhan, bahasa matematika dalam dakwah digital berfungsi sebagai strategi komunikasi yang menghubungkan konsep spiritual dengan logika yang akrab bagi audiens, bukan sekadar gimik visual. Konsistensi penggunaan pola metaforis pada berbagai kreator menunjukkan bahwa analogi matematika telah menjadi salah satu bentuk retorika dalam dakwah digital berbahasa Indonesia. Namun, penelitian ini masih terbatas pada jumlah sampel dan satu platform

media sosial. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah data, melibatkan platform lain seperti Instagram dan YouTube Shorts, serta mengkaji jenis metafora konseptual lain agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi dakwah digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N. (2023). Pemanfaatan media dakwah platform digital di era Generasi Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 5(2), 109–116.
- Aini, N., & Fadli, M. (2024). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah digital di kalangan Generasi Z. *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(2), 115–128.
- Amalia, F. R., Sulistyani, A., & Abdurrazaq, M. N. (2024). Pengaruh gaya komunikasi dosen terhadap motivasi mahasiswa lulus tepat waktu. *Journal of Islamic Studies*, 2(2), 222–228. <https://doi.org/10.61341/jis/v2i2.081>
- APJII. (2025). *Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2025*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Azmi, Z. K., Sulistyani, A., & Fitri, A. A. (2025). Analisis pesan nasionalisme dalam orasi ilmiah Syaykh Panji Gumilang pada Wisuda IAI Al-Azis 2023 menurut Ferdinand De Saussure. *Journal of Islamic Studies*, 2(5), 502–511.

- <https://journals.iaialzaytun.ac.id/index.php/jis/issue/view/vol2no5>
- Fahrudy, D., Haryani, E. R., Rahman, N. N. A., & Parhan, M. (2026). Dakwah digital cara kreatif menyebarkan nilai Islam di media sosial TikTok untuk Generasi-Z. *Ad-Da'wah*.
- Husna, L. I., Ichsan, Y., Amadea, N., Nasekha, D., & Purwitasari, A. (2025). Dakwah digital: Urgensi TikTok sebagai media dakwah bagi Generasi Z. *Dirasat Islamiah: Jurnal Kajian Keislaman*, 4(2), 81–88.
<https://doi.org/10.56324/drs.v4i2.76>
- Kompas. (2025, Juli 30). Pengguna TikTok di Indonesia tembus 160 juta, terbanyak di Asia Tenggara. *Kompas.com*.
<https://tekno.kompas.com/read/2025/07/30/14164347>
- Kövecses, Z. (2005). *Metaphor in culture: Universality and variation*. Cambridge University Press.
- Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Nisa, R. L., Fitri, A. A., Abdurrazaq, M. N., & Sulistyani, A. (2023). Peran akun Instagram Ustadz Hanan Attaki dan efektivitasnya sebagai media dakwah ditinjau dari teori jarum hipodermik. *Journal of Islamic Studies*, 1(2), 198–213.
<https://doi.org/10.61341/jis/v1i2.017>
- Prayogi, I., & Oktavianti, I. O. (2020). Mengenal metafora dan metafora konseptual. *Sasindo*, 8(1), 63–75.
- Putra, R. A., Adde, E., & Fitri, M. (2023). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai media dakwah terhadap Generasi Z. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 58–71.
https://ejournal.metrouniv.ac.id/index.php/ath_thariq/article/view/6410
- Rakatiwi, Y., Halwati, U., & Nawawi, N. (2023). FYP dakwah digital creator milenial melalui TikTok di era 5.0. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1583–1592.
<https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2116>
- Statista. (2024). *Countries with the largest TikTok audience as of July 2024*. Statista Research Department.
- Tasmara, T. (1997). *Komunikasi dakwah* (Ed. 1, Cet. 2). Gaya Media Pratama.
- Widiatmika, P. W. (2023). Metafora konseptual “hidup adalah cerita” pada tulisan berbahasa Inggris dan Indonesia di media sosial. *Jurnal Sasindo UNPAM*, 11(2), 1–10.
<https://doi.org/10.32493/sasindo.v11i2.1-10>