

**DAKWAHTAINMENT DI KALANGAN GENERASI Y DAN Z
(ANALISIS *FRAMING* ROBERT N. ENTMAN PADA
CHANNEL YOUTUBE VDVC RELIGI)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

DYAH TITI SUMPENOWATI
NIM: 1817102099

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyah Titi Sumpenowati
NIM : 1817102099
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi yang berjudul ***Dakwahtainment di Kalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube VDVC Religi)*** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam bentuk daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh.

Purwokerto, 13 Juni 2022

Menyatakan



Dyah Titi Sumpenowati
NIM. 1817102099



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

DAKWAHTAINMENT DI KALANGAN GENERASI Y DAN Z

(ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN PADA CHANNEL YOUTUBE VDVC RELIGI)

Yang disusun oleh **Dyah Titi Sumpenowati** NIM. 1817102099 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jum'at**, tanggal **8 Juli 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** dalam (**Ilmu Komunikasi**) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Wanto, M. Kom.
NIP. 198111 19200604 1004

Sekretaris Sidang/Penguji II

Nurul Khotimah, M.Sos

Penguji Utama

Dra. Amirotni Sholikhah, M.Si.
NIP. 19651006 199303 2 002

Mengesahkan,
Purwokerto, 19 Juli 2022

Dekan,

Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 13 Juni 2022

Hal : Pengajuan Munaqosah Pembimbing
Sdr. Dyah Titi Sumpenowati

Lamp :

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, arahan dan korelasi terhadap Penulisan Skripsi dari:

Nama : Dyah Titi Sumpenowati

NIM : 1817102099

Jenjang : S-1

Fakultas/ Jurusan : Dakwah/ Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : **Dakwahtainment di Kalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube VDVC Religi)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S. Sos).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing



Wanto M. Kom.

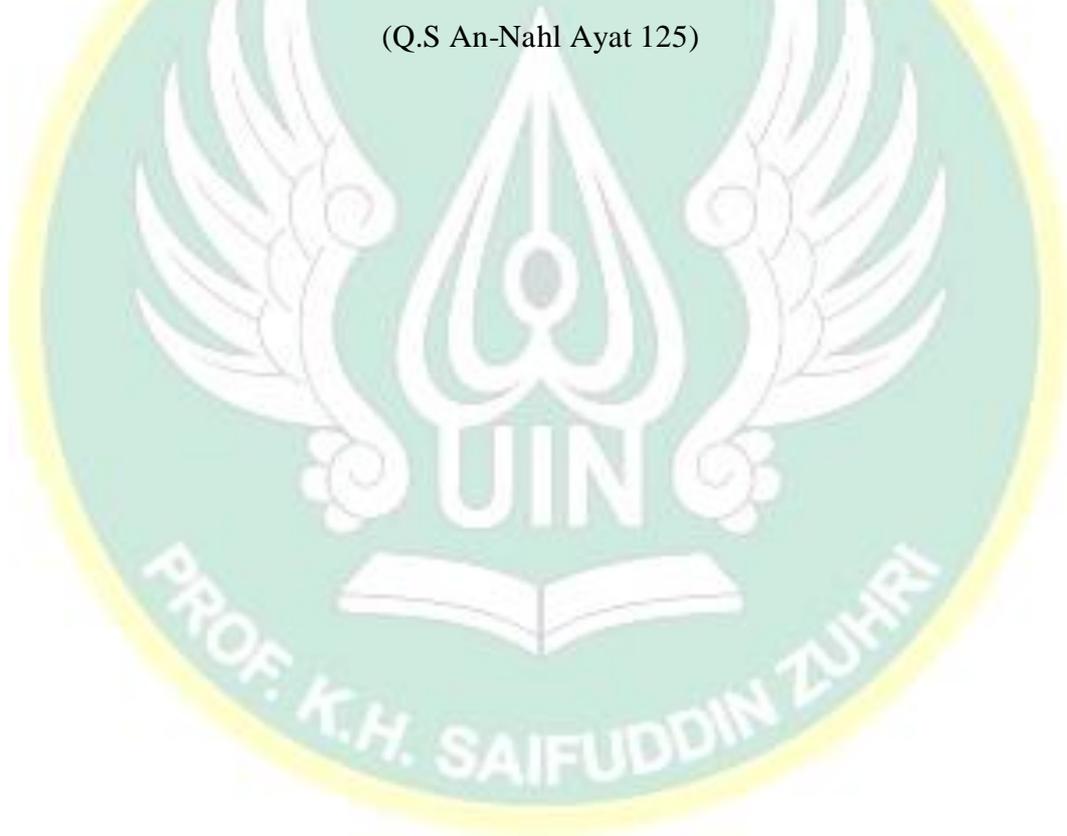
NIP. 198111 19200604 1004

MOTTO

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِأَتَى هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Yang 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.

(Q.S An-Nahl Ayat 125)



DAKWAHTAINMENT DI KALANGAN GENERASI Y DAN Z (ANALISIS FRAMING ROBERT N. ENTMAN PADA CHANNEL YOUTUBE VDVC RELIGI)

Dyah Titi Sumpenowati

NIM.1817102099

sumpenowatidyah99@gmail.com

ABSTRAK

Internet dan perkembangannya memberikan dampak dan pengaruh terhadap kehidupan umat manusia. Generasi Y dan Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan keberadaan internet sehingga keduanya merupakan generasi yang akrab dengan keberadaannya. Media sosial merupakan media yang lahir berkat adanya pertumbuhan internet. Youtube merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh generasi Y dan Z. Fakta bahwa sebagian besar generasi muda (generasi Y dan Z) menghabiskan 7-10 jam sehari di internet, sementara saat ini banyak hal yang *viral* dan menjadi *tren* justru merupakan hal yang negatif membuat keberadaan dakwah sangat dibutuhkan. Dikarenakan dakwah mengandung ajaran yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits yang di dalamnya terkandung ajaran kebaikan, dan nilai-nilai keislaman yang berpengaruh terhadap pembentukan karakter.

Dakwahtainment merupakan metode dakwah yang *adaptif* dan *fleksibel* dikarenakan menggabungkan unsur dakwah dengan hiburan, sehingga konsep dakwah seperti ini dapat diterima dengan mudah oleh berbagai kalangan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis analisis *framing*. Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana media membingkai suatu realitas, dan jenis analisis *framing* yang digunakan adalah analisis *framing* Robert N. Entman. VDVC Religi merupakan salah satu *channel* youtube dakwah yang menerapkan konsep *dakwahtainment* dalam konten dakwahnya yakni program "Kata Ustadz". VDVC Religi mengemas dakwahnya dengan kekinian menyesuaikan dengan karakteristik generasi Y dan Z, yakni dengan menyajikannya dalam bentuk *social experiment* dan *reaction video* yang membahas realitas dan persoalan generasi Y dan Z. *Dakwahtainment* dalam channel youtube VDVC Religi ditampilkan dalam durasi waktu yang singkat tidak lebih dari 15 menit sesuai dari karakteristik Generasi Y dan Z yang lebih menyukai video-video singkat dengan pembahasan yang *to the point* dan juga dengan gaya penyampaian yang lebih santai.

Kata Kunci: *Dakwahtainment*, Generasi Y dan Z, Analisis *Framing* Robert N. Entman, VDVC Religi

DAKWAHTAINMENT AMONG GENERATION Y AND Z (ANALYSIS OF ROBERT N. ENTMAN *FRAMING* ON VDVC RELIGI YOUTUBE CHANNEL)

Dyah Titi Sumpenowati

NIM.1817102099

sumpenowatidyah@ gmail.com

ABSTRACT

The internet and its development have an impact and influence on human life. Generation Y dan Z are generations that were born and grew up with the internet, so they are both generations who are familiar with its existence. Social media is a medium that was born thanks to the growth of the internet. Youtube is one of the social media that is widely use by generations Y and Z. The fact that most of the younger generations (Generation Y and Z) spend 7-10 hours a day on the internet, while nowadays many things are viral and trending are actually something that negatives make existence of da'wa very much needed. Because da'wa contain the teachings of goodness and Islamic values that affect character formation.

Da'wahtainment is an adaptive and flexible da'wa method because it combines element of da'wa with entertainment, so that the concept of da'wa like this can be easily accepted by various groups. This research is descriptive qualitative research with the type of framing analysis. Framing analysis is use to find out how the media frame a reality, and the type of framing used is Robert n. Entman's framing analysis. VDVC Religi is one of the da'wah youtube channels that applies the concept of da'wahtainment in its da'wah content namely the program "Kata Ustadz". VDVC packages its da'wah in a contemporary way according to the characteristics of generations Y and Z, by presenting it in the form of social experiments and reaction videos that discuss the realities and problems of generations Y and Z. Da'wahtainment on the VDVC Religi youtube channel is displayed in a short duration of no more than 15 minutes according to the characteristic of generation Y and Z who prefer of short videos with discussions that are to the point and also with a more relaxed style of da'wah.

Keywords: *Dakwa'tainment*, Generation Y dan Z, *Framing* Analysis Robert N. Entman, VDVC Religi

PERSEMBAHAN

Atas berkat dan rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayahnya. Dengan pertolongan-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan dengan segenap ketulusan hati dan rasa terimakasih penulis persembahkan karya sederhana ini kepada Allah SWT, hanya dengan pertolongan-Nya penulis bisa menyelesaikan perkuliahan dan segala aral melintang yang ada. Kedua Orang Tua penulis, Bapak Partono dan Ibu Rasmini yang telah memberikan dukungan, memberikan ridho dan keikhlasannya merelakan putrinya memilih jalannya sendiri, serta senantiasa mendoakan dan mengusahakan yang terbaik untuk putri-putrinya. Mohon maaf belum bisa menjadi anak yang membanggakan, semoga limpahan kasih sayang Allah SWT senantiasa tercurah sebagai balasan atas segala perjuangan dan pengorbanan yang dilakukan untuk kebaikan putri-putrinya.

Adik-adikku yang pintar dan baik hati Nakhedfi Nur Dwiyantri, Angga Ryandita Widian, Dita Damaratri, Widji Nurjati, Arsyi Risanti. Terimakasih sudah bersedia membantu dan memberikan hiburan saat penulis mengalami kesulitan. Semoga kemudahan dan kelapangan menyertai perjalanan kalian meniti masa depan. Segenap keluarga dan sanak saudara yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses perkuliahan. Almater UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri yang telah memberikan bantuan beasiswa UKT 0 kepada penulis, sehingga penulis memiliki kesempatan menempuh bangku perkuliahan. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika yang senantiasa memberikan ilmu, bantuan dan dukungannya. Dan teruntuk diri saya sendiri, terimakasih sejauh ini sudah mengusahakan yang terbaik, selalu percaya dan yakin sesulit apapun pada akhirnya segala hal akan berakhir dengan baik, tetap semangat dan terus berusaha mencapai apa yang dicita-citakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya. Sholawat dan salam semoga tercurah pada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan dan gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Kemudian dalam mengerjakan skripsi penulis tidak terlepas dari bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materil. Dengan segala ketulusan hati, penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. K. H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. K. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusnul Khatimah, M. Ag., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Musta'in, M.Si., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, S.Ag, M.A., Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Alief Budiyo, M.Pd., Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto atas segala ilmu, bantuan dan dukungannya.
10. Dosen Pembimbing Penulis, Warto, M. Kom. terimakasih penulis ucapkan atas segala arahan, bantuan, dukungan dan motivasinya dalam membimbing penulis mengerjakan skripsi, semoga keberkahan senantiasa menyertai Bapak dan keluarga.

11. Penasihat Akademik penulis, Agus Sriyanto, M.Si. yang telah memberikan bimbingan, kritik dan saran, serta arahan yang membangun.
12. Orangtua penulis Bapak Partono dan Ibu Rasmini yang telah mendukung dan senantiasa mendoakan kebaikan penulis.
13. Adik kandungku Nakhedfi Nur Dwiyanti dan temannya Riska Wulandari yang sudah meminjamkan laptopnya. Adik-Adik sepupuku Angga Ryandita Widian, Dita Damaratri, Widji Nurjati, Arsyi Risanti. Terimakasih sudah menjadi adik –adik yang pintar, manis, dan baik hati, serta selalu memberikan bantuan, dukungan dan menghibur penulis.
14. Segenap keluarga dan sanak saudara yang telah memberikan bantuan dan dukungan serta mau direpotkan.
15. Teman seperjuangan yang telah kebersamai perjalanan perkuliahan penulis Mei Pujiastuti, Sukma Dwi Wijayati, dan terutama teman perskripsian Ega Prastiwi, terimakasih sudah menjadi *support system* penulis di masa-masa sulit. Semoga kita semua bisa mencapai apa yang dicita-citakan.
16. Teman-teman KPI C 18 yang telah kebersamai sepanjang perkuliahan, senantiasa membantu dan mendukung penulis, semoga kita semua sukses di bidang masing-masing.
17. Keluarga besar Radio Star, terutama kepengurusan Radio Star tahun 2020 dan juga Kakak-kakak radio Mas Ipin, Mba Imah, Mba Nita, dan semuanya yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya. Senang bisa menjadi bagian dari Radio Star, dan untuk adik-adik di Radio Star semoga bisa membawa Radio Star menjadi Radio Inspiratif Mahasiswa yang lebih baik.
18. President EASA 2020 Mba Wilis dan teman-teman CI dan Keluarga Besar EASA yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terimakasih atas pengalaman dan kebersamaannya. Senang bisa menjadi bagian dari EASA, *Tahiyatul lughoh.... Tahiyah....*
19. Keluarga besar Pondok Pesantren Darul Abror dan teman- teman seperjuangan BTA-PPI, Sardot Squad terimakasih telah kebersamai

selama di pondok pesantren dan memberikan warna tersendiri dalam perjalanan perkuliahan penulis.

20. Keluarga besar *Ukhro Bakery*, yang telah menjadi tempat penulis mengais pundi-pundi rupiah dan belajar banyak hal.
21. Keluarga Besar TK Masyithoh 41 Pekaja, rekan guru yang pengertian dan anak-anak yang manis, terimakasih atas segala penghiburan, pemakluman, dukungan dan bantuannya.
22. Bu Diah & dr.Wahyu Mustadi, Sp.P, M.kes atas bantuannya selama penulis menjalani pengobatan hingga bisa sembuh.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi yang berjudul ***“Dakwahtainment Di Kalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube VDVC Religi)”***, tentu saja memiliki banyak kekurangan sehingga kritik dan saran dibutuhkan. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat baik bagi pelaku dakwah maupun masyarakat umum.

Purwokerto, 13 Juni 2022



Dyah Titi Sumpenowati
NIM. 1817102099

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABELxvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
E. Tinjauan Pustaka	9
F. Sistematika Penulisan	16
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Komunikasi dan Dakwah	17
B. <i>Dakwahtainment</i>	22
C. Generasi Y dan Z	24
D. Media Sosial	28
E. Dakwah di Media Sosial	32
F. Analisis Framing Robert N. Entman	34

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	39
B. Batasan Penelitian	40
C. Fokus Penelitian	41
D. Sumber Data	42
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Teknik Analisis Data.....	44

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Channel Youtube ReligiOne/VDVC Religi	48
B. Realitas dan Persoalan di Kalangan Generasi Y dan Z	59
C. Urgensi <i>Dakwahtainment</i> di Kalangan Generasi Y & Z	66
D. Peluang & Tantangan <i>Dakwahtainment</i> di Era Digital	70
E. Penyajian Data dan Analisis Video Konten Dakwah “Kata Ustadz” di Channel Youtube ReligiOne/VDVC Religi	77
F. Pembahasan <i>Dakwahtainment</i> Dikalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube ReligiOne/ VDVC Religi)	145

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	169
B. Saran-saran	171

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan lama channel youtube VDVC Religi (chanel youtube religiOne)	8
Gambar 4. 1 : Struktur Perusahaan VIVA (PT. Visi Media Asia)	48
Gambar 4. 2 : VIVA Networks (PT. VIVA Media Baru).....	49
Gambar 4. 3 : Postingan Instagram Anindya Bakrie Terkait VIVA Reloaded	50
Gambar 4. 4 : Postingan Instagram VDVC Religi Terkait Peluang Menjadi Content Creator di VIVA Group	50
Gambar 4. 5 : Produk digital VDVC di platform youtube.....	51
Gambar 4. 6: Perubahan nama channel youtube VDVC Social menjadi VDVC Religi	52
Gambar 4. 7 : Tampilan baru channel youtube VDVC Religi	53
Gambar 4. 8 : Playlist Video Kata Ustadz di Channel Youtube religiOne / VDVC Religi	54
Gambar 4. 9: Tentang channel youtube VDVC Religi	54
Gambar 4. 10: Postingan instagram VDVC Religi Terkait Recruitment Talent Kata Ustadz.....	59
Gambar 4. 11 :Video Kata Ustad Season 1 (Ketika Ditanya Soal Nafsu, Jawaban Anak Muda Kacau Semua)	79
Gambar 4. 12 :Video Kata Ustadz Season 2 (Kapan Terakhir Masturbasi? Jawabannya Bikin Ustad Tercengang).....	83
Gambar 4. 13 : Video Kata Ustadz Season 4 (WOW!! Ternyata Anak Muda Sering Horn1 Saat Hujan).....	86
Gambar 4. 14 : Video Kata Ustadz Season 4 (Dua Orang Ditanya Pengalaman Mereka Saat Ciuman).....	89
Gambar 4. 15 :Video Kata Ustadz (Ditanya Soal Zina ,Jawaban Anak Muda Bikin Syok)	92
Gambar 4. 16 : Video Kata Ustadz Season 1 (Ditanya Pacaran Pernah Ngapain Aja? Jawabannya Bikin Melongo)	94

Gambar 4. 17 : Video Kata Ustad Season 2 (Kenapa Belum Nutup Aurat,Ini Jawaban Mereka).....	99
Gambar 4. 18 : Video Kata Ustadz Season 2 (Ditantang Suruh Pake Hijab, Begini Reaksi Mereka).....	102
Gambar 4. 19 : Video Kata Ustadz Season 4 (23 Anak Muda Ditantang Joget Tiktok, Begini Kemampuan Mereka)	105
Gambar 4. 20 :Video Kata Ustadz Season 2 (Ditanya Soal Nikah Muda, Ini Jawaban Mereka).....	108
Gambar 4. 21 :Video Kata Ustadz Season 2 (Ditanya Soal Pandangan Menikah Beda Agama, Ini Jawaban Mereka)	110
Gambar 4. 22 : Video Kata Ustadz season 2 (Perbesar Gajimu Lewat Cara yang Halal).....	114
Gambar 4. 23 : Video Kata Ustadz season 2 (Pentingnya Sedekah Jariyah Untuk Investasi di Akhirat)	117
Gambar 4. 24 :Video Kata Ustadz Season 2 (Dikasih Liat Azab Kubur, Ini Reaksi Mereka)	120
Gambar 4. 25 : Video Kata Ustadz Season 2 (Ketika Anak Muda Di Tes Pengetahuannya Soal Nabi)	122
Gambar 4. 26 : Video Kata Ustadz Season 4 (Apa Hal Terakhir Yang Ingin Lo Lakukan Sebelum Ajal Menjemput?)	125
Gambar 4. 27 : Video Kata Ustadz Season 2 (Yakin Wudhu Lu Udah bener) ...	128
Gambar 4. 28 : Video Kata Ustadz Season 1 (Giliran Ditanya Sholat, Ini Jawaban Anak Muda Zaman Sekarang).....	130
Gambar 4. 29 : Video Kata Ustadz Season 4 (Kacau!Anak Muda Tes Bacaan Iftitah & I'tidal, Banyak Yang Salah)	134
Gambar 4. 30 : Video Kata Ustadz Season 2 (Ketika Anak Muda Disuruh Adzan dan Qomat)	136
Gambar 4. 31 : Video Kata Ustadz Season 1 (Disuruh Ngaji, Ini Reaksi Anak Muda Zaman Sekarang).....	138
Gambar 4. 32 : Kata Ustadz Season 4 (Gawat!Masih Banyak yang Salah Saat Ditanya Pengetahuan Islam).....	143

Gambar 4. 33 : Komentar Dari Salah Satu Sobat Religi Non-Muslim.....	161
Gambar 4. 34 : Komentar Sobat religi dari Malaysia	162
Gambar 4. 35 : Komentar Positif Sobat religi	162
Gambar 4. 36 : Komentar Positif Sobat Religi Terkait Cara Penyampaian Dakwah Program "Kata Ustadz"	163
Gambar 4. 37 : Komentar Salah Satu Talent Program "Kata Ustad".....	163
Gambar 4. 38 : Komentar Sobat Religi Terkait Talent yang Menceritakan Aibnya	164
Gambar 4. 39 : Komentar Sobat Religi yang Merasa Penjelasan Ustad Kurang Lengkap.....	165
Gambar 4. 40 Pro Kontra Sobat Religi Terkait Program "Kata Ustadz"	165
Gambar 4. 41 Konfirmasi VDVC Religi Terkait Konsep Dakwah Program "Kata Ustadz"	166
Gambar 4. 42 Tampilan Channel Youtube religiOne/VDVC Religi dengan 1,8 Juta Suscriber	166
Gambar 4. 43 Komentar Sobat Religi Positif Penyampaian Terkait Cara Penyampaian Dakwah Program Kata Ustadz.....	167

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Penggolongan Generasi Berdasarkan Para Ahli.....	24
Tabel 2.2: Penggolongan Generasi Berdasarkan Pendapat Bencsik, Csikos, Juhez.....	25
Tabel 3.3: Konsepsi Framing Robert N. Entman.....	46
Tabel 4.1: Kategori Video Program “Kata Ustadz” Berdasarkan Topik/Tema..	77



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Internet sudah menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Kebutuhan akan Internet meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi dan informasi. Berdasarkan Survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2019, jumlah pengguna Internet di Indonesia sebesar 196,71 juta, naik sebesar 25,54 juta dari tahun sebelumnya yang berjumlah 171,17 juta. Mayoritas pengguna internet di Indonesia merupakan generasi muda yang tergolong ke dalam generasi Y dan Z, dengan persentase penggunaan internet terbesar sebanyak 19,5 % pengguna internet menghabiskan waktu di internet selama lebih dari 8 jam dalam sehari. Data tersebut menunjukkan betapa padatnya aktivitas internet saat ini. Belum lagi pandemi Covid19 yang memaksa kita semua untuk mengalihkan semua pekerjaan dan kegiatan menjadi serba online.¹

Bisa disimpulkan dari data di atas bahwa atensi publik sudah mulai terkonsentrasi pada internet. Keberadaan internet berdampak pada perubahan kehidupan masyarakat, sehingga kita harus bisa beradaptasi dengan perubahan yang ada dalam berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali dalam aktivitas dakwah. Sudah menjadi keharusan dakwah *Bil-medsos* dilaksanakan dengan serius, mengingat zaman yang akan terus berkembang dan membawa dampak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan bisa membawa pada hal yang positif ataupun negatif, namun sayangnya beberapa fenomena dan tren saat ini, terutama tren dan isu di kalangan generasi Y dan Z cenderung mengarah pada hal negatif. Disinilah peran dakwah dibutuhkan untuk membawa kembali kehidupan masyarakat sesuai dengan ajaran Islam.

¹ APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia," Laporan Survei Internet APJII 2019-2020-Q2, 2019, 3, <https://apjii.or.id/survei>.

Perubahan yang sangat cepat berimplikasi pada pola pikir, sikap dan kepribadian masyarakat Indonesia. Pola pikir masyarakat Indonesia yang semula tradisional menjadi pola pikir modern yang lebih rasional, efisien juga pragmatis. Selain itu juga sikap dan kepribadian masyarakat Indonesia yang ramah, menarik dan semangat kekeluargaan yang tidak mengalami perubahan drastis. Dakwah hanya dijadikan kegiatan pinggiran dan juga seremonial yang kurang berdampak pada perbaikan bangsa. Pemerintah belum menunjukkan keberpihakan kepada aktivitas dakwah, dan lebih menomorsatukan kebijakan ekonomi dan politik untuk melakukan perubahan di masyarakat Indonesia. Padahal, seperti yang telah kita ketahui mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dan dakwah tidak akan terlepas dari keseharian umat Islam. Sudah selayaknya dakwah diperhitungkan sebagai elemen terpenting dalam menjalankan kehidupan bermasyarakat dan bernegara di Indonesia.²

Diantara platform media sosial kekinian, youtube menjadi salah satu yang paling diminati oleh Generasi Y dan Z. Hal tersebut bisa dilihat dari pesatnya pertumbuhan youtube sebagai platform penyedia konten berupa video di Indonesia. Youtube menjadi salah media dimana Generasi Y dan Z mendapatkan informasi. Bukan hanya itu, saat ini youtube juga bisa menjadi lahan untuk meraup pundi-pundi rupiah terutama bagi Generasi Y dan Z. Namun dari sekian banyak konten yang disajikan di youtube, berdasarkan Survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2019, konten ceramah agama (dakwah) hanya berada pada peringkat ke-7 dari konten-konten yang paling sering diakses di youtube. Meskipun demikian, bisa dibayangkan dakwah di sosial media termasuk di youtube sudah bukan hal yang asing lagi, dakwah di media sosial sudah mulai dilakukan, bahkan *tren* dakwah di media sosial juga cenderung lebih berkembang, bisa kita lihat dari banyaknya kemunculan konten-konten

² Abdul Basit, *Wacana Dakwah Kontemporer (Edisi Revisi)* (CV Amerta Media, 2020), 19–20, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/10046/>.

dakwah bukan hanya di youtube tapi juga di media sosial lainnya seperti instagram dan tik tok.³

Dakwah merupakan kewajiban bagi setiap umat Islam, Allah SWT telah memerintahkan sesuai dengan perintah Allah SWT dalam Q.S An-Nahl Ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ
عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

۱۲۵

*Yang 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.*⁴

Terdapat tantangan tersendiri dalam menjalankan dakwah saat ini terutama di kalangan generasi Y dan Z. Generasi Y dan Z, keduanya sama-sama sudah terpapar internet, kehidupan sehari-hari mereka tidak terlepas dari sosial media. Untuk itu penyampaian dakwah yang menasar kedua generasi ini, sudah selayaknya mengikuti perkembangan dan disampaikan dengan kekinian dengan menggunakan sosial media. Hal tersebut dikarenakan generasi Y dan Z yang sangat aktif di sosial media dan tidak ingin ketinggalan informasi, atau saat ini seringkali disebut dengan istilah *FOMO (Feat Of Missing Out)*. Dakwah harus disampaikan dengan menarik dan kreatif mengingat kecenderungan generasi Y dan Z dalam mengkonsumsi konten-konten yang kurang mendidik masih menjadi permasalahan hingga saat ini. Konten-konten edukatif kurang diminati dibandingkan konten-konten *Un-faedah* yang justru memiliki lebih banyak peminat. Untuk mendorong keluar konten-konten *Un-faedah* tentunya

³ (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia,” 66 & 132–33.

⁴ “Ensiklopedi Qur’an,” An-nahl ayat 125, accessed October 23, 2021, <http://lib.iainpurwokerto.ac.id:8080/alwasi/#>.

dibutuhkan konten-konten berkualitas akan tetapi tetap menarik di mata generasi Y dan Z, mengingat generasi ini merupakan generasi dengan karakteristik yang *out of the box*. Mengemas dakwah dengan gaya yang unik dan sesuai dengan *tren* saat ini tentunya menjadi tantangan dan peluang tersendiri dalam berdakwah di kalangan generasi Y dan Z.

Dakwah Bil-medsos, dakwah yang dilakukan di media sosial saat ini sudah semestinya mendapatkan perhatian khusus, terutama bagi pelaku dakwah (*Da'i*), mengingat besarnya animo masyarakat terutama generasi muda, yakni generasi Y dan Z dimana kemungkinan di masa yang akan datang masa depan Indonesia berada di tangan mereka. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020 yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik pada Januari 2021 yang memberikan gambaran demografi Indonesia. Saat ini Indonesia berada dalam periode bonus demografi, keadaan dimana Indonesia memiliki banyak penduduk usia muda. Dominasi penduduk Indonesia sebanyak 27,94% berasal dari kalangan generasi Z dan juga generasi Y yang sedikit di bawahnya sebesar 25,87%.⁵ Dengan adanya fakta bahwa mayoritas penduduk Indonesia merupakan generasi muda tentunya ada banyak hal yang harus menyesuaikan, termasuk dalam bidang dakwah. Mengingat karakteristik generasi Y dan Z yang berbeda dengan generasi sebelumnya. *Preferensi* tontonan di media sosial generasi Y dan Z yang cenderung mengarah pada konten hiburan yang kurang bermanfaat dan juga mengarah pada hal-hal yang bertentangan dengan kaidah islam membuat para pendakwah (*Da'i*) di media sosial memutar otak agar *audience* (*mad'u-nya*) yakni pengguna media sosial yang sebagian besar didominasi generasi Y dan Z tertarik dengan konten-konten dakwah.

⁵ Diyan Nur Rakhmah, "Gen Z Dominan, Apa Maknanya Bagi Pendidikan Kita?," Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita? (Analisis Kebijakan pada Pusat Penelitian Kebijakan), February 4, 2021, <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>.

Masa depan Indonesia akan cemerlang apabila generasinya berkualitas. Dakwah menjadi jalan untuk menciptakan generasi berkualitas, terutama dari umat muslim. Mengingat perkembangan internet dan sosial media saat ini yang sangat pesat, bahkan hampir menghilangkan sekat antara dunia nyata dan dunia maya. Sudah selayaknya digitalisasi dakwah dilakukan, hal tersebut dikarenakan mobilitas kebanyakan orang saat ini berada di dunia maya, terutama dikalangan generasi Y dan Z. Kedua generasi tersebut adalah generasi yang tidak bisa lepas dari sosial media, sehingga diperlukan upaya dakwah yang lebih *fleksibel* dan menyesuaikan dengan perilaku tersebut. *Dakwahtainment*, dakwah yang digabungkan dengan hiburan (*entertainment*) menjadi fenomena dakwah yang sering kita temukan di sosial media.

Youtube menjadi platform yang paling banyak diminati generasi muda (generasi Y dan Z). Salah satu channel youtube yang menyediakan konten dakwah islam bergaya kekinian adalah VDVC Religi yang sebelumnya bernama religiOne. VDVC Religi/religiOne konsisten menayangkan konten dakwah sejak 2015. Baru-baru ini di Ramadhan tahun 2021/1442 H, channel youtube VDVC Religi/religiOne menayangkan konten dakwah yang berbeda dibandingkan konten-konten sebelumnya. Untuk menarik perhatian pengguna sosial media, terutama generasi muda (generasi Y dan Z) channel youtube religiOne menyajikan dakwah yang dipadukan dengan *entertainment*, yang jika digabungkan menjadi *dakwahtainment*. Dalam channel ini terdapat satu program acara “Kata Ustadz”, yang berisikan dakwah yang menasar generasi muda, hal tersebut yang membuat penulis tertarik untuk meneliti konten dakwah di channel ini, selain itu juga dikarenakan cara penyampaian dakwahnya yang berbeda dan kekinian. Dakwah disampaikan dengan ringan, tanpa menggurui, namun sesuai dengan problematika yang dihadapi oleh generasi muda saat ini.

Cara penyampaian dakwah juga belum pernah peneliti temui dalam dakwah- dakwah di media sosial lainnya. Dengan menggabungkan *tren sosial experiment* dan *reaction video* dengan dakwah menjadi pemandangan baru dalam dakwah yang menarik minat generasi muda, bahkan kalangan non-muslim. Mengemas konten dakwah dengan kreatif, namun tetap sesuai dengan kaidah Islam, menyebarkan dakwah yang ramah, bukan marah sangat penting dilakukan agar mampu menarik perhatian generasi muda.

B. Penegasan Istilah

1. *Dakwahtainment*

Sofjan & Hidayati (2013) mengemukakan bahwa *dakwahtainment* berasal dari gabungan kata dalam bahasa Arab, *dakwah* yang artinya ajakan, seruan . Dan juga kata dalam bahasa Inggris *tainment* yang berasal dari kata *entertainment* yang berarti hiburan. Penggunaan istilah serupa bisa kita temukan dalam ranah Pedagogis yakni *edutainment*, sebuah konsep yang menggabungkan antara pendidikan dan hiburan. Dalam hal ini *dakwahtainment* memiliki konsep yang serupa dengan *edutainment* yang membedakan hanyalah substansinya saja. *Dakwahtainment* menggabungkan dakwah Islam dengan unsur hiburan atau juga sering disebut sebagai acara “Tontonan & Tuntunan”. Dalam praktiknya dakwah merupakan penyebaran Islam yang merupakan kewajiban setiap umat islam untuk mengajak kepada kebaikan di jalan Allah SWT. ⁶

2. Generasi Y dan Z

Bencsik, Csikos, Juhez (2016) mengelompokkan generasi berdasarkan tahun kelahiran, generasi Y lahir di rentan tahun 1980-1995 sementara generasi Z sesudahnya yakni di rentan tahun 1995-2010. Generasi Y lebih populer disebut sebagai generasi *Millenials* atau

⁶ Dicky Sofjan and Mega Hidayati, *Religion and Television in Indonesia: Ethics Surrounding Dakwahtainment* (Geneva: Globethics.net Focus, 2013), 48–49, <https://repository.globethics.net/handle/20.500.12424/200318>.

millenium. Sementara itu generasi berikutnya adalah generasi Z (*Net Generasi/ i Generation*), generasi yang disebut sebagai generasi paling muda yang sudah memasuki dunia kerja juga dikenal sebagai *digital native*. Generasi Z memiliki persamaan dengan generasi Y, akan tetapi generasi Z lebih mampu melakukan kegiatan dalam satu waktu (*Multitasking*), kebanyakan pekerjaan yang dilakukan juga erat kaitannya dengan dunia maya.

3. Analisis Framing

Analisis *Framing* merupakan suatu metode analisis teks media yang berkembang berkat pandangan kaum konstruksionis. Analisis *Framing* masuk ke dalam paradigma konstruksionis. Analisis *Framing* mendapatkan banyak pengaruh dari teori sosiologi dan psikologi. Dari sosiologi sumbangan pemikiran Peter L. Berger dan Ervin Goffman, yang paling berpengaruh, sementara dari psikologi teori yang berpengaruh berhubungan dengan skema dan kognisi. Dalam analisis *framing* yang dilakukan pertama kali adalah melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Dalam hal ini media /wartawan secara aktif mengkonstruksi realitas. Yang menjadi titik persoalan dalam analisis *framing* adalah bagaimana realitas/peristiwa dikonstruksi media, bagaimana media membingkai suatu peristiwa dalam suatu konstruksi. Dalam melakukan analisis *framing* yang dilihat adalah bagaimana cara media memaknai, memahami dan membingkai suatu kasus atau peristiwa yang diberitakan.⁷

Terdapat beberapa model analisis *framing*, salah satunya dikemukakan oleh Robert N. Entman salah seorang ahli yang meletakkan dasar-dasar analisis *framing* untuk studi isi media. Konsep *framing* dituliskan dalam *Journal of Political Communication*, konsep *framing* Entman digunakan untuk menggambarkan proses seleksi dan aspek tertentu suatu realitas oleh media. *Framing* bisa dipandang sebagai

⁷ Eriyanto, *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Politik Dan Media*, 2015th ed. (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2002), 12.

penempatan informasi- informasi tertentu secara khas sehingga isu tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dibandingkan isu lainnya.⁸

4. Channel Youtube VDVC Religi⁹

Channel youtube VDVC Religi yang sebelumnya bernama religiOne merupakan salah satu channel youtube yang konsisten menayangkan konten-konten dakwah yang beragam, inovatif dan kekinian di platform youtube. Konten-konten tersebut menghadirkan ustad-ustad ternama di Indonesia. Channel youtube religiOne/ VDVC Religi merupakan bagian dari TvOne Digital House, dan telah bergabung di youtube sejak 25 Februari 2015. Channel youtube VDVC Religi yang sebelumnya bernama religiOne memiliki 1,41 juta subscriber dan telah ditonton sebanyak 161.192.349 kali per tanggal 12 Juni 2021 dan jumlahnya terus bertambah. channel youtube religiOne sudah mengunggah video lebih dari 4.000 video.



Gambar 1. 1 Tampilan lama channel youtube VDVC Religi (channel youtube religiOne)

⁸ 220.

⁹ "VCDC Relgi," Video, *Kata Ustadz* (Youtube), accessed November 24, 2021, <https://www.youtube.com/channel/UCasMZGvChuKk6mIKIsCICJw/channels>.

C. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana channel youtube VDVC Religi membingkai (mengemas) *dakwahtainment* dikalangan generasi Y dan Z?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana channel youtube religiOne/VDVC Religi membingkai (mengemas) *dakwahtainment* dalam konten dakwahnya yakni program “Kata Ustadz”, sehingga bisa menarik perhatian kalangan generasi Y dan Z.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

- 1) Memberikan referensi ilmu pengetahuan mengenai *dakwahtainment* di sosial media
- 2) Memberikan kontribusi bagi kajian ilmu pengetahuan bidang dakwah dan komunikasi

b. Manfaat Praktis

- 1) Memotivasi pelaku dakwah (*Da'i*) untuk membuat konten dakwah di sosial media
- 2) Menambah pengetahuan mengenai dakwah praktis di sosial media.

E. Tinjauan Pustaka

1. Riza Zahriyal Falah (2016)¹⁰

Penelitian yang dilakukan oleh Riza Zahriyal Falah dari STAIN Kudus di tahun 2016 yang berjudul “Etika *Dakwahtainment* Dalam

¹⁰ Riza Zahriyal Falah, “Etika *Dakwahtainment* Dalam Masyarakat Multikultural,” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2016): 24, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i2.2916>.

Masyarakat Multikultural”. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa program *dakwahtainment* merupakan program yang muncul di era saat ini, hal tersebut dilakukan untuk memanfaatkan media seperti televisi sebagai alat untuk berdakwah. Dalam perkembangannya dakwah memasukkan unsur-unsur baru dalam hal ini unsur hiburan sebagaimana yang terdapat dalam acara televisi. Namun hal tersebut mendapatkan pro kontra yang ditujukan untuk program *dakwahtainment*, yang berkaitan dengan kemampuan *da'i*, substansi dakwah yang tertutupi sisi hiburan. Belum lagi persoalan mengenai kapitalisasi dakwah, pendangkalan agama, persaingan yang mungkin terjadi diantara para *da'i* dan sebagainya. Dalam penelitian ini dibahas mengenai etika dalam menjalankan *dakwahtainment*, diperlukan etika ikhlas, lemah lembut, mengedepankan kemudahan dan lain-lain agar bisa diterima oleh masyarakat yang multikultur.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan sama-sama membahas mengenai *dakwahtainment*, perbedaannya pada penelitian ini membahas mengenai *dakwahtainment* di media televisi sementara penulis pada media sosial yakni youtube. Penelitian ini menekankan pada persoalan etika *dakwahtainment* di masyarakat multikultural sementara pada penelitian yang akan penulis lakukan akan lebih membahas mengenai bagaimana cara *dakwahtainment* dikemas sehingga bisa menarik perhatian generasi muda, dalam hal ini generasi Y dan Z di salah satu *channel* youtube yakni religiOne/ VDVC Religi.

2. Nurul Hidayati (2016)¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hayati dari STAIN Kudus di tahun 2016 dengan judul “Studi Analisis Problematika *Dakwahtainment* Dengan Pendekatan Sosiologis”. Hasil dari penelitian tersebut adalah adanya *dakwahtainment* di televisi menghasilkan problematika. Dalam

¹¹ Nurul Hidayati, “Studi Analisis Problematika *Dakwahtainment* Dengan Pendekatan Sosiologis,” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2016): 22, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i2.2920>.

pendekatan sosiologis adanya keterlibatan televisi dalam dakwah Islam terkadang tidak sesuai dengan tuntunan agama Islam sendiri. Dikarenakan adanya benturan kepentingan dari televisi itu sendiri. Pemilik media cenderung membuat program *dakwahtainment* yang mengikuti dan melihat keinginan pasarnya dan terkadang cenderung mengabaikan pesan dakwah. Meskipun ada pesan dakwahnya namun hanya ditampilkan seadanya. Dengan demikian program *dakwahtainment* memiliki rating bagus karena mengedepankan unsur hiburan. *Dakwahtainment* hanya sebagai komoditas pemilik media, namun meskipun demikian *dakwahtainment* bisa menjadi alternatif tontonan dan tuntunan yang bukan hanya mendidik tapi juga bisa menghibur.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan yakni sama-sama meneliti mengenai *dakwahtainment* di media. Perbedaannya penelitian yang akan penulis lakukan akan membahas mengenai *dakwahtainment* di sosial media yakni youtube, sementara pada penelitian ini pada media televisi. Pada penelitian yang akan penulis lakukan akan membahas mengenai bagaimana media dalam hal ini *channel* youtube religiOne mengemas konten dakwah sehingga menarik perhatian generasi muda (generasi Y dan Z) dengan menggunakan analisis framing, sementara pada penelitian ini membahas mengenai problematika yang terjadi pada *dakwahtainment* dengan pendekatan sosiologis.

3. Nur Huda Widiana (2016)¹²

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Huda Widiana di tahun 2016 dari STAIN Kudus yang berjudul “Tantangan Penerapan Nilai-nilai Etika Dakwah Pada Program *Dakwahtainment* di Televisi”. Hasil dari penelitian tersebut adalah dalam pelaksanaannya *dakwahtainment* memiliki tantangan salah satunya ditinjau dari nilai-nilai etika. Nilai-

¹² Nur Huda Widiana, “Tantangan Penerapan Nilai-nilai Etika Dakwah Pada Program *Dakwahtainment* di Televisi,” *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2016): 32, <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i2.2922>.

nilai etika dicerminkan melalui penggunaan bahasa dan ungkapan. Mengemas dakwah dengan bahasa yang menyenangkan dan menghibur merupakan hal yang bisa dipertimbangkan dalam melakukan dakwah sepanjang tidak menghilangkan esensi dan substansi dari dakwah itu sendiri. Munculnya kasus di media yang mempersoalkan etika dakwah di televisi hendaknya menjadi pembelajaran bagi pengelola media, *da'i* dan masyarakat (*mad'u*) untuk tetap bijak dalam menyikapi berbagai kasus dan fenomena dalam rangka untuk menciptakan format atau metode dakwah yang sesuai dengan era saat ini. Pendakwah (*da'i*) harus tetap memegang etika dalam berdakwah. Selain itu saat ini dibutuhkan peranan *mubaligh* televisi yang cerdas dan bertanggungjawab secara moral dan etika, dibutuhkan juga kepribadian dan kompetensi intelektual yang berkualitas. Setiap hal yang disampaikan hendaknya melalui proses intelektual yang berkembang dan berkelanjutan, tidak diulang, tidak monoton dan salah tempat. Dikarenakan keberadaan *mubaligh* di televisi merupakan komunikator yang dilihat dan dijadikan teladan oleh masyarakat.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis lakukan sama-sama membahas mengenai fenomena *dakwahtainment* di media. Yang membedakan adalah, di penelitian ini dibahas mengenai bagaimana etika dakwah menjadi tantangan tersendiri bagi pelaksanaan *dakwahtainment* di televisi, sementara pada penelitian yang akan penulis lakukan akan membahas dan mengkritisi mengenai *dakwahtainment* di media sosial, tepatnya pada channel Youtube religiOne/ VDVC Religi.

4. Mutaqin Alzamzami¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Mutaqin Alzamzami dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di tahun 2019 dengan judul “Konsep

¹³ Mutataqin Al Zamzami, “Konsep Moderasi Dakwah Dalam M. Quraish Shihab Official Website,” *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 1 (December 27, 2019): 123–48, <https://doi.org/10.37302/jbi.v12i1.98>.

Moderasi dalam M. Quraish Shihab Official Website”. Hasil dari penelitian tersebut adalah M. Quraish Shihab dalam *website* M. Quraish Shihab Official menjalankan aktivitas dakwah dengan mengikuti perkembangan zaman saat ini. Beliau masih berdakwah seperti *da'i* pada umumnya akan tetapi juga tidak monoton. M. Quraish Shihab *mengekspose* dakwahnya ke sosial media dan mengemasnya dengan menarik dalam bentuk video youtube. Beliau juga aktif menulis di *website-nya* dalam bentuk *quote*, *e-poster* dan artikel. Dalam websitenya M. Quraish Shihab menyerukan pesan damai yang sudah menjadi kewajiban kita semua untuk menjaganya, oleh setiap agama terutama kalangan muslim. Dakwah yang M. Quraish Shihab lakukan bukan hanya secara lisan tapi juga tulisan. Beliau juga melibatkan media massa dalam langkah dakwahnya. Sudah seharusnya pesan dakwah disampaikan secara bijaksana dan kajiannya berda dalam koridor ajaran Islam yang rahmatan lil alamin. Melalui M. Quraish Shihab official Website moderasi dakwah yang menyampaikan pesan ajaran Islam yang damai terdapat empat bentuk penyampaian yaitu: artikel, *quotes*, *e-poster*, dan video youtube.

Persamaan dengan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan sama-sama membahas mengenai bagaimana mengemas konten dakwah menjadi lebih menarik. Yang membedakannya adalah dalam penelitian ini menyoroti bagaimana M. Quraish Shihab melakukan aktivitas dakwahnya yang mengikuti perubahan zaman baik secara lisan maupun tulisan, sementara dalam penelitian yang akan penulis lakukan akan membahas mengenai bagaimana *dakwahtainment* sebagai upaya penyesuaian konten dakwah dikalangan generasi Y dan Z, agar dakwah bisa diterima, dan juga pelaksanaan dakwah dikalangan generasi Y dan Z yang akan ditunjukkan dengan analisis salah satu konten dakwah di channel youtube, yakni “Kata Ustadz” di *channel* youtube religiOne/VDVC Religi.

5. Ridwan Rustandi, Khoiruddin Muchtar ¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Ridwan Rustandi dan Khoiruddin Muchtar dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung di tahun 2020 dengan judul “Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme dan Radikalisme di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun @dutadamajabar)”. Hasil dari penelitian tersebut adalah pembingkai konten media yang dilakukan dalam @dutadamajabar melakukan kontra narasi terorisme dan radikalisme yang terdiri dari dua struktur utama yaitu *core frame* sebagai pusat ide. Orientasi kontra narasi terorisme dan radikalisme @dutadamajabar meliputi dua bentuk yakni secara *online* dan *offline*. Produksi konten dalam prosesnya melibatkan tiga bidang utama yaitu, blogger, DKV dan IT. *Coret Frame* di bangun dalam tiga isu utama yakni narasi kebangsaan yang berorientasi nasionalisme, narasi perdamaian yang berlandaskan moderasi beragama, dan narasi kemanusiaan dengan memperkuat sikap toleran. Pembingkai konten dilakukan dengan mengikuti kerangka *framing devices* dan *reasoning device*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan penulis lakukan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis *framing*. Analisis *framing* digunakan untuk menganalisis pembingkai media terhadap suatu isu, dalam hal ini kontra narasi terorisme dan radikalisme di media sosial. Dalam penelitian ini model analisis *framing* yang digunakan adalah model analisis *framing* William A. Gamson dan Modigliani dimana model analisis *framing* ini mengoperasionalkan dua dimensi struktural teks media yaitu *core frame & considering symbol*. Sementara pada penelitian yang akan penulis lakukan akan meneliti mengenai moderasi dakwah dikalangan generasi Y dan Z. Analisis *framing* yang akan

¹⁴ Ridwan Rustandi and Khoiruddin Muchtar, “Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme Dan Radikalisme Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun @dutadamajabar),” *KOMUNIKATIF* 9, no. 2 (December 21, 2020): 134–53, <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2698>.

dilakukan menggunakan bahasa analisis framing model Robert Entman, yang dalam hal ini dilakukan dengan seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Penelitian yang akan penulis lakukan akan membahas mengenai isu-isu dan realitas yang terjadi di kalangan generasi muda dan bagaimana media dalam hal ini *channel* youtube religiOne/VDVC Religi menanggapi isu tersebut dalam bentuk konten dakwah.

6. Umami Aidah¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Umami Aidah mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Ampel Surabaya di tahun 2020 dengan judul penelitian “Konsep Islam Nusantara Dalam Media Pemberitaan Nu Online (Analisis *Framing* Model Robert N. Entman)”. Hasil dari penelitian tersebut mengenai konsep Islam Nusantara dalam media pemberitaan NuOnline, yakni NuOnline berusaha membentuk opini mengenai Islam Nusantara. NuOnline dengan lugas mengatakan jika Indonesia seharusnya tidak memirunya gaya Islam Timur Tengah. NuOnline juga memaknai Islam Nusantara sebagai pedoman beragama. Konsep Islam Nusantara bukan hanya melestarikan budaya Indonesia tanpa melepaskan unsur Islam.

Persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yakni sama-sama merupakan penelitian kualitatif deskriptif jenis analisis *framing* dimana penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui mengenai suatu konsep dan bagaimana media membingkai konsep berdasarkan realitas yang ada. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Umami Aidah objek dan subjek penelitiannya adalah Konsep Islam Nusantara dalam media pemberitaan NuOnline, sementara penulis akan meneliti mengenai *dakwahainment* dikalangan generasi Y dan Z dengan melakukan analisis terhadap salah satu konten dakwah yang

¹⁵ Umami Aidah, “Konsep Islam Nusantara Dalam Media Pemberitaan NuOnline: Analisis Framing Model Robert N. Entman” (SKRIPSI, Surabaya, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), <http://digilib.uinsby.ac.id/44726/>.

diarahkan untuk generasi muda (generasi Y dan Z) yakni program Kata Ustadz dalam channel Youtube religiOne/ VDVC Religi.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah suatu urutan penulisan skripsi yang digunakan agar lebih mudah dalam memahami skripsi, sistematika pada penelitian ini terdiri dari 5 BAB yaitu:

BAB I. Pendahuluan, terdiri dari latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II. Kajian Teori, dalam penelitian ini kajian teori berisi tentang komunikasi dan dakwah, *dakwahtainment*, generasi Y dan Z, media sosial, *dakwah bil medsos*, analisis *framing* Robert N. Entman.

BAB III. Metode Penelitian terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, batasan penelitian, objek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis data.

BAB IV. Penyajian dan Analisis Data, terdiri dari realitas serta persoalan yang terjadi dikalangan generasi Y dan Z, *tren* terkini di kalangan generasi Y dan Z, peluang dan tantangan *dakwahtainment* di era digital, urgensi *dakwahtainment* di kalangan generasi Y dan Z, channel youtube religiOne/ VDVC Religi, penyajian data konten channel youtube religiOne/VDVC Religi, analisis *framing* Robert N. Entman channel youtube religiOne/ VDVC Religi program “Kata Ustadz”

BAB V. Penutup, terdiri atas kesimpulan, saran-Saran dan penutup.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Komunikasi dan Dakwah

Komunikasi secara sederhana dimaknai sebagai suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya komunikasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah suatu aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sama atas ide atau gagasan yang disampaikan.¹⁶ Berdasarkan pandangan Shanon dan Weaver komunikasi merupakan bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi baik disengaja ataupun tidak, dan komunikasi tidak terbatas hanya menggunakan bahasa verbal saja akan tetapi juga dalam bentuk lain seperti ekspresi muka, lukisan dan teknologi. Proses komunikasi ditujukan untuk menyampaikan suatu pesan dengan komunikasi efektif. Komunikasi yang efektif terjadi apabila dalam komunikasi terjadi pengertian, komunikasi menimbulkan kesenangan, memberikan pengaruh pada sikap, membuat hubungan menjadi semakin baik dan juga menimbulkan perubahan perilaku. Komunikasi efektif juga terjadi apabila terdapat persamaan dalam kerangka berfikir antara komunikator dan komunikan. Untuk bisa menciptakan komunikasi yang efektif terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan diantaranya: komunikator, pesan, saluran komunikasi, komunikan, efek dan umpan balik.¹⁷

Kemudian Lasswell (1948) memiliki pemikiran yang spesifik dalam konteks komunikasi massa. Untuk dapat memahami komunikasi massa kita perlu mempelajari tahapan yang dikemukakan Lasswell yakni: siapa? berkata apa? melalui saluran apa? untuk siapa? dengan efek yang

¹⁶ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), 4.

¹⁷ Ponco Dewi Karyaningsih, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Samudra Biru, 2019), 8–9.

seperti apa?, hal yang dikemukakan oleh Lasswell merupakan versi verbal dari model awal yang dikemukakan oleh Shannon dan Weaver. Model komunikasi ini melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, maksudnya adalah menunjukkan 'efek' bukan makna. Efek menunjukkan suatu perubahan yang dapat diukur dan diamati dari penerima yang disebabkan oleh elemen-elemen proses komunikasi yang bisa diidentifikasi dan perubahan pada satu elemen dari elemen tersebut akan mengubah efek. Kita bisa mengubah pengirim, pesan, dan saluran. Perubahan pada masing-masing elemen tersebut akan menciptakan perubahan yang sesuai terhadap efek.¹⁸

Selanjutnya dakwah sendiri adalah suatu kegiatan mengajak baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku maupun hal lainnya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha untuk mempengaruhi orang lain baik secara individu maupun kelompok supaya menimbulkan kesadaran dalam diri suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa adanya paksaan.¹⁹ Dakwah merupakan salah satu bentuk komunikasi, yakni komunikasi yang dilakukan oleh pendakwah (*da'i*) kepada *mad'u*-nya, dengan tujuan untuk menyebarkan agama islam dan menimbulkan perubahan yang lebih baik pada *mad'u*.

Dalam bukunya A. Basith mengutip pengertian dakwah menurut para ahli, diantaranya pengertian dakwah menurut *Jumah Amin Abdul Aziz* yang menyatakan bahwa dakwah adalah menyeru manusia kepada islam yang hanif dengan keutuhan dan keuniversalannya, dengan syiar-syiar dan syariatnya, dengan akidah dan kemuliaan akhlaknya, dengan metode dakwah yang bijaksana dan sarana-sarana yang unik serta penyampaian yang benar. A. Basith mengambil tiga gagasan pokok hakikat dakwah islam yaitu: *Pertama*, Dakwah merupakan proses mengajak kepada jalan Allah SWT, proses mengajak ini bisa dilakukan secara individu,

¹⁸ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 3rd ed. (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 50.

¹⁹ H.M. Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 6.

contohnya seperti para *da'i* kepada dalam bentuk khutbah atau ceramah, seorang konselor pada kliennya, orangtua kepada anaknya dan sebagainya. Proses mengajak juga bisa dilakukan oleh kelompok, organisasi, contohnya seperti lembaga dakwah yang mengajak anggotanya untuk melaksanakan ajaran islam. Selain itu, proses mengajak juga bisa dalam bentuk *tathwir* (pengembangan masyarakat) dan *tadbir/tandzim* (manajemen dakwah).

Kedua, Dakwah merupakan sebuah sistem, yang berarti sekecil apapun aktivitas dakwah tetaplah merupakan sebuah sistem yang terorganisir dengan baik. Dalam teori sistem minimal terdapat *input*, *process*, dan *output*. Lebih luasnya lagi ditambah dengan adanya *feedback* dan lingkungan. Sebagai contoh, suami mengajak istrinya sholat. Aktivitas semacam ini termasuk juga aktivitas dakwah. Sistem inputnya suami dan istri, prosesnya adalah mengajak, outputnya adalah sholat. Dengan demikian sistem dakwah minimal terdapat subjek dakwah, objek dakwah, materi dakwah, dan tujuan. Sistem dakwah juga bisa dikembangkan lebih luas dengan metode, media dan evaluasi.

Ketiga, Dakwah merupakan proses persuasi (mempengaruhi). Berbeda dengan hakikat yang pertama, mempengaruhi tidak hanya sekedar mengajak tetapi juga membujuk, agar objek dakwah yang dipengaruhi terpengaruh dan mau ikut dengan orang yang mempengaruhi. Dalam hal ini dakwah tidak diartikan sebagai proses memaksa, karena bertentangan dengan Al Qur'an, "*Tidak ada paksaan dalam beragama*" (Q.S. 2:256). Untuk menghindari proses pemaksaan maka diperlukan dakwah yang menggunakan berbagai macam strategi agar dakwah yang disampaikan bisa menarik perhatian orang yang didakwahi.²⁰

Dakwah merupakan sebuah kesatuan sistem yang saling mempengaruhi. Sekecil apapun aktivitas dakwah yang kita lakukan akan berpengaruh terhadap sistem. Sebuah sistem dakwah yang terdiri atas

²⁰ Dr. Abdul Basit, *Dakwah Antar Individu: Teori Dan Aplikasi*, ed. M. Pd I. Priyanto (Purwokerto: CV. Tentrem Karya Nusa, 2017), 14–16, <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/2448/>.

subjek, objek, materi dan tujuan dakwah akan lebih lengkap bila terdapat metode, media dan evaluasi. Saat ini metode dakwah yang dilakukan oleh para *da'i* sudah lebih bervariasi, hal tersebut dikarenakan menyesuaikan dengan objek dakwah (*mad'u*), metode yang digunakan juga selalu dievaluasi agar tidak terjadi kejenuhan dalam dakwah. Toto Tasmara (1997), metode dakwah merupakan cara-cara tertentu yang dilakukan oleh *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah. Bentuk-bentuk metode dakwah diantaranya: 1) *Al-Hikmah* yaitu suatu metode dakwah dimana *da'i* memilah dan menyelaraskan teknik dakwah yang digunakan dengan kondisi *mad'u*, 2) *Al-Mau'idzatil Khasanah*, yaitu dakwah dengan menggunakan kata-kata yang menusuk kalbu dan dengan kasih sayang, 3) *Al Mujadalah Bi-al-Lati hiya Ahsan*, yaitu dakwah yang dilaukan dengan pertukaran pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Bentuk-bentuk metode diatas merupakan prinsip metode dakwah yang ada di dalam Q.S An-Nahl ayat 125.²¹

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan dan penggunaan metode dakwah diantaranya yaitu: 1) Tujuan dakwah dengan berbagai jenis fungsinya, 2) Sasaran dakwah baik masyarakat maupun individu dilihat dari berbagai sisi, 3) Situasi dan kondisi yang berbeda-beda, 4) Media/fasilitas yang ada dengan berbagai kualitas dan kuantitas, 5) Kemampuan dan kepribadian *da'i* sendiri.²² Selanjutnya dalam sebuah dakwah tentu terdapat pesan yang ingin disampaikan pendakwah (*da'i*) kepada *mad'u*-nya. Pesan dakwah (materi dakwah) merupakan pesan yang mengandung ajaran islam. Pesan dakwah (materi dakwah) dikelompokkan menjadi tiga yaitu: 1) *Pesan Aqidah*, merupakan pesan dakwah yang meliputi iman kepada Allah SWT, malaikat, kitab-kitab, rasul, hari akhir dan qodho & qodhar. 2) *Pesan Syariah*, merupakan pesan dakwah yang meliputi persoalan *ibadah & muamalah*. Ibadah terkait dengan bersuci,

²¹ Said Aqil Husin Al-Munawar, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2003), 8–20.

²² Al-Munawar, 228.

sholat, zakat, puasa, haji. Kemudian *muamalah* terkait dengan hukum islam seperti hukum niaga, hukum perdata, hukum nikah, hukum waris, hukum publik, hukum negara, hukum pidana, hukum perang dan damai. 3) Pesan *Akhlaq*, pesan dakwah yang terkait akhlak terhadap Allah SWT, akhlak terhadap makhluk-Nya, akhlak terhadap sesama manusia, akhlak terhadap terhadap tetangga dan masyarakat, akhlak terhadap diri sendiri, akhlak terhadap yang bukan manusia, flora-fauna dan sebagainya.²³

Dalam menjalankan aktivitas dakwah agar mencapai tujuan yang diinginkan dilaksanakan dengan menerapkan prinsip-prinsip dakwah. Prinsip-prinsip dakwah (*al-qawaa'id li da'wah*) yang didasarkan pada pemikiran Jum'ah Amin Abdul Aziz (2003) yaitu: 1) Memberikan keteladanan sebelum berdakwah (*al-qudwah qabl al da'wah*), 2) Mengikat hati sebelum menjelaskan (*al-ta'liif qabl al-ta'riif*), 3) Mengenalkan sebelum memberi beban (*al-ta'riif qabl al-takliif*), 4) Bertahap dalam pembebanan (*al-tadarruj fii al-takliif*), 5) Memudahkan bukan menyulitkan (*al-taysiir laa al ta'siir*), 6) Masalah yang pokok sebelum yang kecil (*al-ushuul qabl al- furuu'*), 7) Membesarkan hati sebelum memberi ancaman (*al-targhiib qabl al-tarhiib*), 8) Memberikan pemahaman bukan mendikte (*al-tafhiim la al-talqiin*), 9) Mendidik bukan menelanjangi (*al-tarbiyyah laa al-ta'riyyah*), 10) Muridnya Guru bukan muridnya buku (*tilmiidz imam la til- miidz kitaab*)²⁴

Prof. Yunahar Ilyas (2019) menyebutkan unsur penting dalam dakwah, terdapat empat unsur yakni: 1) *mubaligh* atau *da'i / dai'yah*, 2) *maudhu (mad'u)*/ objek dakwah. Sasaran *mad'u* tidak terbatas kaum muslim saja atau non-muslim tapi keduanya. 3) *Thariqah* atau metode dakwah, salah satu metode yang beliau tawarkan sesuai dengan Q.S An-Nahl 125 yakni mengajarkan/ dakwah dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Terkait dengan metode ini pemilihan tema atau dalil disesuaikan

²³ Hikmawati Fajri Devi Safitri and Fadillah Sandy, "Analisis Pesan Dakwah Pada Channel Youtube VDVC Religi (Segmen Kata Ustadz Edisi Ramadhan 1442 H)," *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains* 4, no. 1 (February 23, 2022): 205–6.

²⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004), 175–90.

dengan kemampuan pemahaman objek dakwah sehingga tepat sasaran. Unsur terakhir adalah media dakwah, *Da'i/ dai'yah* bisa menggunakan cara konvensional melalui mimbar ke mimbar atau melalui media sosial.²⁵

B. Dakwahtainment

Istilah *Dakwahtainment*, dikemukakan oleh Sofjan dan Hidayati di Tahun 2013, dimana yang dibahas adalah *dakwahtainment* yang dilakukan di media televisi. *Dakwahtainment* merupakan suatu konsep yang memadukan penyebarluasan islam dalam bentuk siaran hiburan di media televisi yang memungkinkan pemirsanya menonton televisi di rumah maupun di tempat yang menyediakan fasilitas tersebut. Merebaknya program-program *dakwahtainment* di televisi tidak terlepas dari eksistensi masyarakat Indonesia mengenai aspek keagamaan. Hal tersebut menyebabkan hampir semua stasiun televisi memiliki program acara yang bernuansa religius. Persentase program acara religi akan meningkat terutama di bulan Ramadhan. Bahkan sinetronpun berubah menjadi sinetron religi. Program yang bernuansa religi dapat dikategorikan sebagai dakwah islam, namun juga tetap memiliki unsur hiburan. Konsep seperti inilah yang kemudian disebut sebagai *dakwahtainment*.²⁶

Di tengah perubahan dan perkembangan media yang semakin marak praktik dakwah semacam ini mulai banyak dilakukan di media lainnya seperti media sosial, salah satunya youtube. Youtube merupakan salah satu perwujudan dari menduniannya internet. Sebagai salah satu penyedia jasa video youtube menyediakan tempat bagi siapa saja untuk berbagi. *Tren* youtube saat ini memunculkan beragam profesi baru salah satunya *youtubers* yang semakin hari jumlahnya semakin meningkat. Konten-konten yang disajikan di youtube terdapat berbagai macam

²⁵ “Agar Dakwah Maksimal, Ini Empat Unsur Penting Dakwah Menurut Prof Yunahar Ilyas,” *Majelis Ulama Indonesia* (blog), March 11, 2019, <https://mui.or.id/berita/25433/agar-dakwah-maksimal-ini-empat-unsur-penting-dakwah-menurut-prof-yunahar-ilyas/>.

²⁶ Widiana, “Tantangan Penerapan Nilai-nilai Etika Dakwah Pada Program Dakwahtainment di Televisi,” 392.

diantaranya hiburan, informasi, edukasi, gaya hidup, dan *tren* saat ini. Sebagai sosial media youtube memiliki *power* yang cukup besar dalam mempengaruhi kehidupan masyarakat, dengan demikian *platform* ini memiliki potensi yang cukup besar sebagai media dakwah di Indonesia. Youtube menayangkan video berdasarkan preferensi penggunaanya. Melalui algoritma youtube video-video yang diunggah oleh *youtubers* ditampilkan di beranda.

Sebagai fenomena yang mendunia youtube menjadi *platform* penyedia video paling populer dimana penggunaanya dapat mengunggah dan juga berbagi video kepada siapa saja yang mengakses situs tersebut. Youtube mendorong penggunaanya dari yang semula merupakan konsumen video menjadi produsen video. Burges dan Green (2018), di dalam bukunya memberikan pernyataan bahwa youtube dianggap sebagai bagian dari lanskap media arus utama, dan kekuatan yang harus diperhitungkan dalam budaya kontemporer.²⁷ *Dakwahtainment* yang dilakukan di media sosial, yakni youtube tentunya memiliki perbedaan dengan *dakwahtainment* yang dilakukandi televisi. Perbedaan yang paling menonjol adalah mengenai durasi waktu penayangan yang lebih singkat dibandingkan di televisi. Kemudian dikarenakan youtube merupakan *platform* yang mudah diakses siapa saja dimana saja tentunya target *audience* (*mad'u-nya*) lebih beragam dibandingkan tayangan televisi. Hal tersebut membuat tayangan dakwah di media sosial, dalam hal ini youtube memiliki gaya penyampaian dakwah yang berbeda di setiap *channel* dakwah yang ada di youtube, hal tersebut disesuaikan dengan karakter *audience* (*mad'u*) yang menjadi target dakwah. Meskipun terdapat perbedaan, terdapat persamaan yang ada di setiap *channel* dakwah yang ada di youtube yakni adanya unsur dakwah dan hiburan (*dakwahtainment*).

²⁷ Albertus Magnus Prestianta, "Mapping the ASEAN YouTube Uploaders," *Jurnal ASPIKOM* 6, no. 1 (January 19, 2021): 1, <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.761>.

C. Generasi Y dan Z

Pemahaman yang mendasari adanya pengelompokan generasi adalah adanya premis bahwa generasi merupakan sekelompok individu yang fase kehidupannya dipengaruhi oleh peristiwa bersejarah dan fenomena-fenomena budaya (Nobel & Schewe, 2003; Twenge, 2000). Berdasarkan pandangan Howe & Strauss (2000) dibandingkan tahun kelahiran terdapat tiga atribut yang lebih mengidentifikasi generasi yaitu: 1) *Perceived Membership*, yaitu persepsi individu terhadap kelompok dimana mereka tergabung terutama di masa remaja hingga dewasa muda, 2) *Common belief & Behavior*, yaitu sikap terhadap karir, keluarga, kehidupan personal, politik, agama, dan pilihan-pilihan yang diambil terkait pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, kejahatan, 3) *Common location in history*, yaitu perubahan pandangan politik, kejadian yang bersejarah, seperti perang, bencana alam yang terjadi di masa remaja hingga dewasa muda.²⁸ Terdapat perbedaan pendapat para ahli mengenai pengelompokan generasi yang bisa dilihat dalam tabel berikut:²⁹

Tabel 2.1 Penggolongan Generasi Berdasarkan Pendapat ahli

Sumber	Label				
Tapscott (1998)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
Howe & Strauss (2000)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Millennial Generation (1982-2000)	-

²⁸ Hadion Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* (Banyumas: Pena Persada, 2020), 24, <https://id1lib.org/book/17439222/634cb4>.

²⁹ Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi," *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017): 125, <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.

Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
Lancaster & Stillman (2002)	Traditionalist (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965- 1980)	Generation Y (1981- 1999)	-
Martin & Tulgan (2002)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965- 1977)	Millenials (1978-2000)	-
Oblinger & Oblinger (2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen Y/NetGen (1981-1995)	Post Millenials (1995- Present)

Kemudian Bencsik, Csikos, Juhez (2016) mengelompokkan lebih lanjut generasi berdasarkan tahun kelahiran sebagaimana tabel berikut dan menunjukkan masuknya Generasi Z :³⁰

Tabel 2.2 Penggolongan Generasi Berdasarkan Pendapat Bencsik, Csikos, Juhez

Perbedaan Generasi	
Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Veteran Generation
1946-1960	Baby boom Generation
1960-1980	X Generation
1980-1995	Y Generation
1995-2010	Z Generation
2010 +	Alfa Generation

³⁰ Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*, 2.

Adanya Generasi Y dan Z tidak bisa dilepaskan dari peristiwa dan juga perkembangan teknologi. Revolusi industri 4.0 dan segala perkembangannya melahirkan generasi yang cakap dan akrab dengan dunia digital. Generasi Y dan Z merupakan generasi yang lahir dan berkembang di tengah pesatnya pertumbuhan internet dan teknologi. Generasi ini menjadikan internet sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Navahandi (2019) Revolusi industry 4.0 terjadi ditandai dengan adanya internet. Ketika *Internet of Things (IoT)* dan komputasi awan sebagai penghubung antara fisik dan *virtual* secara langsung atau sistem fisik dan *siber* yang terintegrasi. Inti dari revolusi industri 4.0 adalah sistem pabrik yang cerdas, misalnya penggunaan sarana teknologi informasi untuk produksi. Istilah revolusi industri 4.0 sendiri pertama kali diperkenalkan di Jerman. Industri 4.0 sebagai perbaduan teknologi yang memadukan teknologi internet, teknologi digital dan kecerdasan buatan melalui penggunaan *Internet of Things* yang digunakan untuk menghubungkan perusahaan kecil dan sedang sehingga lebih efisien dalam jejaring produksi dan Inovasi global sehingga memudahkan dalam penyesuaian produk dan lebih efisien dalam produksi masal.³¹

Lyons (2004) generasi Y lebih akrab disapa sebagai generasi *Millenial* atau *millennium*. Ungkapan mengenai generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini merupakan generasi yang banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, yang berarti generasi Y adalah generasi yang tumbuh di masa dimana internet *booming*. Sementara generasi Z juga disebut sebagai *iGeneration*, generasi net atau generasi internet. Generasi Z hampir serupa dengan generasi Y akan tetapi mereka memiliki keahlian yang lebih baik dalam hal menggunakan teknologi dibandingkan generasi

³¹ Abi Sujak, *Mengajar Generasi Z* (Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2020), 15, <https://id1lib.org/book/13283004/a08bcb>.

Y. Generasi Z mampu mengaplikasikan kegiatannya, terutama yang berkaitan dengan teknologi dan dunia maya dalam satu waktu (*Multitasking*) seperti: *browsing*, *nge-tweet* menggunakan ponsel, mendengarkan musik, menjalankan sosial media dan kegiatan lainnya. Hal tersebut dikarenakan generasi Z sudah akrab dengan teknologi terutama gadget yang canggih sejak kecil.³² Forbes Magazine membuat survei mengenai generasi Z di Amerika Utara dan Selatan, Eropa, Asia dan Timur Tengah dengan 49 ribu partisipan (Dill, 2015). Berdasarkan hal tersebut generasi Z disebut sebagai generasi global pertama yang nyata.³³

Yoris Sebastian dalam bukunya *Generasi langgas Millennials Indonesia* mengemukakan keunggulan yang dimiliki oleh generasi Y (*Millennial*) diantaranya: ingin serba cepat, mudah berpindah tempat kerja dalam waktu singkat, kreatif, dinamis, melek teknologi, dekat dengan media sosial dan sebagainya. Sebuah lembaga studi mengenai anak muda, Youth Lab melakukan penelitian di lima kota besar di Indonesia yakni: Jakarta, Bandung, Medan, Makassar dan Malang. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan sebuah hasil dimana generasi Y (*millennial*) memiliki karakter yang lebih kreatif dan informatif, juga memiliki cara pandang yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Pola pikir mereka berbeda dengan generasi sebelumnya dikarenakan generasi Y (*millennial*) dilahirkan dan dibesarkan di saat terdapat pergolakan ekonomi, politik dan sosial di Indonesia. Reformasi sangat berdampak pada generasi Y (*Millenials*) hingga membuat generasi tersebut tumbuh menjadi individu-individu yang *open minded*, menjunjung tinggi kebebasan, kritis dan berani, apalagi pemerintahan saat ini lebih terbuka dan kondusif sehingga mendukung hal tersebut.³⁴

³² Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*, 26–27.

³³ Putra, "THEORITICAL REVIEW," 130.

³⁴ Indah Budiarti et al., *Statistik Gender: Profil Generasi Millennial Indonesia* (Indonesia: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 19–20, <https://inlis.kemennppa.go.id/opac/detail-opac?id=3152>.

Generasi Z memiliki persamaan dengan generasi Y salah satunya dalam aspek pendidikan keduanya memiliki akses latar belakang pendidikan yang tinggi, yang berdampak pada pola pikir yang lebih rasional dibandingkan generasi sebelumnya. Kemudian terdapat beberapa hal yang membedakan generasi Z dengan generasi Y yaitu dalam hal adaptasi teknologi generasi Z lebih unggul dikarenakan mereka lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi yang sudah sedemikian maju, dari kecil mereka sudah terbiasa dengan ponsel pintar, internet, laptop, wifi. Sementara generasi Y masih sempat mengalami masa dimana teknologi belum terlalu maju, mereka masih sempat mengalami masa keemasan teknologi *offline* seperti kaset pita, CD, DVD, Walkman. Sebuah riset mengungkapkan bahwa generasi Z adalah generasi yang paling kesepian dibandingkan lainnya, generasi ini juga yang paling rentan mengalami gangguan kesehatan mental dikarenakan perundungan di sosial media. Dalam hal ekonomi generasi Y lebih menghabiskan uang mereka untuk melakukan hal yang menarik dan memberikan pengalaman dikarenakan optimisme mereka terhadap masa depan ekonomi mereka cukup tinggi, sementara generasi Z sebaliknya, mereka lebih banyak menghabiskan uang mereka untuk menabung. Dalam hal media sosial generasi Y lebih banyak menggunakan platform media sosial yang serius seperti Facebook, Twitter, dan LinkedIn. Sedangkan generasi Z lebih menggunakan platform media sosial yang menyediakan konten hiburan, seperti youtube, tiktok, instagram. Berdasarkan data statistik generasi Z menghabiskan waktu yang lebih lama, rata-rata mereka menghabiskan waktu online sekitar 10 jam per hari, sementara generasi Y hanya sekitar 7,5 jam per hari. Dalam merespon iklan generasi Y lebih bersedia melihat iklan (ads) dalam durasi yang lebih lama sampai lebih dari 12 detik, sementara generasi Z hanya bersedia melihat dengan durasi di bawah 8 detik saja.³⁵

³⁵ Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*, 4-5.

D. Media Sosial

Boyd (2009) menyampaikan bahwa media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi dan berbagi dan dalam suatu kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Kekuatan media sosial berada pada *User-Generated Content (UGC)* dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan editor sebagaimana yang ada di institusi media massa. Kemudian Van Dijk (2013) mengemukakan bahwa media sosial merupakan *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi penggunaannya dan memfasilitasi dalam hal beraktivitas dan berkolaborasi. Dengan demikian media sosial dapat dilihat sebagai *fasilitator (medium) online* yang menguatkan hubungan antar pengguna juga sebagai sebuah ikatan sosial.³⁶ Dari kedua pandangan di atas bisa kita simpulkan bahwa media sosial merupakan *platform* berbagi konten antar pengguna yang kemudian bisa juga menjadi medium dalam beraktivitas, berkolaborasi hingga menjalin ikatan sosial antar penggunaannya.

Situs Techinasia (Enriko) mencatat perubahan media tradisional ke media online melalui risetnya. Dalam riset tersebut disebutkan bahwa radio, tabloid dan majalah sekarang ini tidak lagi menjadi pusat perhatian dibandingkan televisi dan internet. Berdasarkan riset tersebut koresponden mengaku perhatian mereka lebih banyak ditujukan untuk mengakses internet dibandingkan melihat televisi.³⁷ Perkembangan teknologi dan internet berdampak pada perubahan kehidupan sehari-hari umat manusia. Salah satu dampak adanya internet adalah munculnya sosial media. Ardianto (2011) dalam buku *Komunikasi 2.0* menyatakan bahwa media sosial *online*, disebut sebagai jejaring sosial *online* bukan sebagai media massa *online* dikarenakan media sosial memiliki kekuatan sosial yang bisa mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat.

³⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11.

³⁷ Akhmad Rofahan et al., *Media Sosial: Masa Depan Media Komunitas?* (Yogyakarta: Combine Resource Institution (CRI), 2014), 9, <https://id1lib.org/book/11044488/7eca48>.

Penggalangan dukungan dan gerakan massa dapat terbentuk dikarenakan adanya kekuatan media sosial. Hal tersebut disebabkan hal yang ada dalam media sosial mampu membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat atau publik. Ardinato mencontohkan kasus Prita Mulyasari dengan Rumah sakit Omni Internasional. Hal tersebut yang menjadi alasan mengapa media tersebut disebut sebagai media sosial bukan media massa.³⁸

Dewasa ini kehidupan kita tidak bisa terlepas dari sosial media. Media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari umat manusia. Media sosial bukan hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi, akan tetapi digunakan juga sebagai sarana untuk memperoleh informasi. Kehidupan di era ini semakin dimudahkan dengan adanya media sosial yang memberikan keleluasaan bagi kita untuk saling berbagi informasi. Realitas kehidupan saat ini memberikan dampak yang mempengaruhi karakteristik dan kehidupan umat manusia. Media sosial begitu mempengaruhi kehidupan saat ini hingga menciptakan berbagai fenomena yang tidak ada sebelumnya, salah satunya adalah FOMO (*Fear Of Missing Out*).

Sebagai generasi yang hidup di era ini dan akrab dengan kehidupan di media sosial, generasi Y dan Z memiliki karakteristik yang selalu ingin *up to date*. FOMO (*Fear Of Missing Out*) belakangan menjadi fenomena yang marak terjadi di kalangan generasi Y dan Z. FOMO sendiri merupakan kecenderungan seseorang untuk tidak ingin ketinggalan informasi. Dari maraknya fenomena ini kita bisa ketahui bahwa informasi adalah hal yang sangat penting bagi generasi Y dan Z. Dilansir dari Solopos.com generasi Y dan Z memiliki kecenderungan mencari informasi dari Internet, terutama instagram dan youtube. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Maverick Indonesia mengenai pola konsumsi berita, sebanyak 89% responden mendapatkan informasi dari instagram, dan 77%

³⁸ Erika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)," *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (March 23, 2016): 71, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.

responden dari youtube.³⁹ Tidak mengherankan bila generasi saat ini banyak menghabiskan waktunya di dunia maya.

Instagram dan youtube merupakan media sosial yang memiliki banyak pengguna di Indonesia. Media sosial seperti instagram dan youtube merupakan bagian dari media baru (*New Media*). *New media* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik media yang berbeda dengan media yang ada saat ini seperti televisi, radio, koran, majalah. New media mengandung internet interaktif. Muatan interaktif dalam media baru sangat tinggi. Flew (2002) menyatakan *New Media* adalah Media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactivity*, dan *development of network* yang berkaitan dengan pembuatan dan pengiriman pesan. Kemampuan yang menawarkan interaktivitas ini memungkinkan pengguna *new media* memiliki pilihan informasi apa yang akan dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pilihan yang diinginkan. Kemampuan interaktivitas ini yang merupakan konsep sentral dari pemahaman mengenai *new media*.⁴⁰

Dalam kajian NextGeneration, InSites Consulting (2015) menyebutkan bahwa 75% generasi Y merupakan pengguna facebook, 55% menjelajahi youtube dan 48% menggunakan whatsapp messenger. Kemudian generasi Z didapatkan jumlah pengguna facebook lebih rendah dibandingkan generasi Y yakni sebesar 42%, namun jumlah pengguna youtube dari kalangan ini lebih banyak yakni sebesar 65%. Dari hal tersebut bisa kita ambil kesimpulan bahwa baik generasi Z maupun generasi Z merupakan generasi muda yang pembelajarannya berasaskan visual dan video. Dari penelitian tersebut didapatkan 6 dari 10 anak berumur 4-6 tahun sering menjelajahi youtube. Generasi Y dan Z meyakini bahwa teknologi adalah platform yang menjadikan kehidupan mereka

³⁹ Anik Sulistyawati, "Mengungkap Platform Yang Paling Banyak Digunakan Milenial Untuk Cari Berita," Desember 2020, <https://www.solopos.com/mengungkap-platform-yang-paling-banyak-digunakan-milenial-untuk-cari-berita-1099479>.

⁴⁰ Watie, "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)," 70.

lebih mudah. Generasi muda menggunakan teknologi sebagai suatu alat yang bisa menghubungkan kepada pengetahuan tanpa batas, mengeratkan hubungan dengan keluarga dan teman.⁴¹

Generasi Y jika dibandingkan generasi Z saat ini memiliki usia di atas 30 tahun sehingga dari berbagai aspek jauh lebih dewasa. Minat generasi Y lebih kepada konten video berdurasi panjang yang mengandung muatan yang informative dan mendidik. Sehingga preferensi mereka lebih kepada media sosial seperti facebook, instagram dan youtube, format video seperti podcast juga kemungkinan akan dilirik generasi ini dikarenakan mereka bersedia menonton hingga tuntas video-video dengan format tersebut. Sementara itu generasi Z memiliki usia di bawah generasi Y, kebanyakan dari mereka berusia sekolah atau awal perkuliahan. Preferensi video yang diminati generasi ini adalah video dengan durasi singkat *straight forward, to the point* seperti youtube, instagram, snapchat, dan tik tok.⁴²

E. Dakwah di Media Sosial

Dengan adanya media sosial kita memiliki *fleksibilitas* dalam mengakses berbagai macam informasi, salah satunya konten ceramah (dakwah). *New Media* menjadi lahan dakwah baru bagi para pendakwah (da'i), dibutuhkan penguasaan media (digital literasi) agar mampu berdakwah di lahan ini. Dakwah di era ini haruslah memposisikan diri di ruang digital terutama di media sosial, mengingat media sosial merupakan ruang digital yang memiliki masa yang sangat besar. Memposisikan dakwah di ruang digital seperti media sosial ini merupakan sikap yang *adaptif* dan *fleksibel*.

Dakwah merupakan proses yang berkesinambungan yang mengarah pada perbaikan, pembinaan, dan juga pembentukan masyarakat

⁴¹ Hafiza Abas et al., "Apps: Platform Dakwah Untuk Generasi Y Dan Z," 2017, 3, https://www.researchgate.net/publication/321212057_APPS_PLATFORM_DAKWAH_UNTUK_GENERASI_Y_DAN_Z.

⁴² Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*, 6.

melalui ajakan yang terus-menerus yang mengarah pada kebaikan dan mencegah kepada hal yang mungkar. Fungsi dakwah yakni menata kehidupan masyarakat yang agamis untuk mewujudkan kehidupan masyarakat yang bahagia dan harmonis. Dakwah mensyiarkan ajaran islam yang dapat menyelamatkan umat manusia dari kehancuran. Dakwah merupakan jantung agama dikarenakan kehidupan agama sangat bergantung pada gerak dinamis dan juga aktivitas dakwah yang secara kontinu berjalan, dan tanpa adanya kegiatan dakwah akan terjadi kevakuman dan stagnan dalam perkembangannya. Dakwah merupakan upaya tanpa henti yang dilakukan untuk mengaktualisasikan serta mengimplementasikan seluruh ajaran islam dalam berbagai aspek kehidupan, dikarenakan islam relevan dengan segala situasi ruang dan waktu, hal tersebut hanya berlaku apabila ditopang oleh kegiatan dakwah yang professional dan juga dengan strategi yang mengikuti perkembangan masyarakat dengan segala dinamika dan tantangannya.⁴³

Perlunya penyesuaian dalam pelaksanaan aktivitas dakwah agar relevan dengan keadaan saat ini. Era dimana media sosial menjadi media yang mendominasi masyarakat menjadi titik balik pergerakan dakwah. Dakwah konvensional dirasa tidak lagi cukup, perlu adanya aktivitas dakwah yang mengikuti perkembangan yang ada saat ini yakni berdakwah di media sosial (*Dakwah bil medsos*). Media sosial menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan saat ini, terutama dikalangan generasi Y dan Z. Kecenderungan menghabiskan waktu dan berselancar di media sosial tanpa disadari membentuk karakter dan kepribadian. Sayangnya tidak semua hal di media sosial adalah hal yang positif. Untuk itu diperlukan konten-konten dakwah yang positif yang dikemas dengan cara yang menarik dan kekinian agar bisa dinikmati di media sosial. Dakwah di media sosial juga tidak terikat ruang dan waktu sehingga lebih *fleksibel* dan bisa diakses oleh siapapun dengan mudah.

⁴³ Murniaty Sirajuddin, "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)" 1 (2014): 11–12.

Media sosial merupakan media yang memiliki kekuatan untuk membentuk opini dan perilaku masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah tentunya akan berdampak baik pada keberlangsungan dakwah terlebih di masa Pandemi saat ini, dimana semua hal dibatasi. Dakwah di media sosial bisa disampaikan dalam berbagai bentuk tergantung *platform* media sosial yang digunakan. Melalui youtube misalnya dakwah bisa disampaikan dalam bentuk video, melalui instagram dakwah disampaikan berupa catatan singkat (*Quotes*) yang mengandung nilai ajaran Islam, melalui twitter dakwah disampaikan berupa tulisan.

Facebook dan whatsApps juga sering digunakan sebagai media untuk berdakwah. Dengan adanya media sosial dakwah memiliki kesempatan untuk menjangkau *mad'u* yang lebih luas dikarenakan media sosial memudahkan pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya dikarenakan kepraktisannya. Bentuk konten dakwah yang lebih variatif juga menarik perhatian *mad'u* atau objek dakwah. Mereka yang tidak terbiasa mengakses dakwah dengan cara yang konvensional bisa saja menjadi tertarik dengan konten-konten dakwah yang disajikan dalam bentuk yang berbeda. Mereka yang sibuk dengan kegiatan sehari-harinya dan tidak memiliki waktu datang ke majelis sangat dimudahkan dengan adanya dakwah di media sosial dikarenakan sifat media sosial yang tidak terbatas ruang dan waktu.

F. Analisis Framing Robert N. Entman

Berbicara mengenai *Framing*, jika kita kembali ke masa order baru kita akan menemukan sejumlah *frame* pada media, seperti yang kita ketahui di masa itu kebebasan pers tidak seperti sekarang. Di masa itu *frame* “pembangunan” merupakan ideologi paling penting di masa itu. *Framing* merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan untuk menganalisa cara pandang atau perspektif yang digunakan oleh media dalam menyeleksi berita atau isu. Konsep *Framing* dalam pandangan

Entman secara konsisten mengungkap “*the power of communication teks*”. Analisis *framing* dapat menjelaskan dengan cara yang tepat pengaruh atas keadaan manusia yang didesak oleh transfer informasi dari lokasi. Membuat *Frame* berarti menyeleksi beberapa aspek dari suatu pemahaman atau realitas dan membuatnya lebih menonjol, dan mengkonstruksi realitas merupakan tugas media. Untuk melakukan analisis *framing* yang pertama kali dilakukan adalah bagaimana media mengkonstruksi realitas, peristiwa tidaklah dipahami sebagai sesuatu yang *taken for granted*, sebaliknya wartawan medialah yang aktif membentuk realitas. Eriyanto mencontohkan *framing* di media republika dan kompas, dimana di kedua media tersebut membahas mengenai konflik Timur Tengah, namun konstruksinya berbeda sehingga menimbulkan pemahaman yang berbeda mengenai konflik tersebut.⁴⁴

Framing adalah suatu metode yang digunakan untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* digunakan untuk melihat bagaimana suatu peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. *Framing* merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk melihat realitas yang dibentuk oleh media. Media menyeleksi, menghubungkan, dan menonjolkan peristiwa sehingga makna dari suatu peristiwa menjadi lebih mudah dipahami oleh khalayak. Terdapat efek *framing* dimana realitas sosial yang kompleks disajikan dalam bentuk yang lebih sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Dalam hal ini media melihat suatu realitas sebagai sesuatu yang lebih sederhana.⁴⁵

Frank D. Durham mengemukakan bahwa *framing* membuat dunia lebih dikenal dan dimengerti dikarenakan realitas yang kompleks disederhanakan dan dipahami dalam kategori tertentu, hal yang demikian bagi khalayak membuat realitas disajikan lebih bermakna dan mudah dimengerti. Robert N. Entman berpendapat *framing* adalah proses seleksi

⁴⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 165.

⁴⁵ Aidah, “Konsep Islam Nusantara Dalam Media Pemberitaan Nuonline,” 36–38.

berbagai aspek realitas yang membuat bagian tertentu dari sebuah peristiwa lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya. Entman juga menyertakan penempatan informasi-informasi tertentu yang khas sehingga sisi tertentu mendapatkan alokasi lebih besar dibandingkan lainnya. *Framing* Entman melihat dua dimensi besar yaitu seleksi isu yang berkaitan dengan pemilihan fakta dan penekanan atau penonjolan aspek tertentu dari realitas/isu yang berkaitan dengan penulisan fakta.⁴⁶

Konsep *framing* dalam studi media banyak mendapatkan pengaruh dari dimensi psikologi dan sosiologi. Pendekatan psikologi lebih kepada bagaimana pengaruh kognisi seseorang dalam membentuk skema mengenai diri, sesuatu atau juga gagasan tertentu. Teori *framing* lebih banyak berhubungan dengan teori terkait skema atau kognitif yakni bagaimana seseorang melihat realitas dengan skema tertentu. Sementara dari sisi sosiologi, *framing* dipengaruhi oleh pemikiran Erfin Goffman. Goffman berpendapat bahwa manusia pada dasarnya cenderung mengklasifikasikan dan mengkategorikan pengalaman hidup yang dialami agar memiliki arti dan lebih bermakna. Pada dasarnya setiap tindakan manusia memiliki arti, dan manusia berusaha memberikan penafsiran atas perilaku tersebut agar berarti dan bermakna. Hal tersebut mengakibatkan tindakan manusia sangat tergantung pada *frame* atau skema interpretasi dari orang lain.⁴⁷

Sudibyo (1999), analisis *framing* di ranah studi komunikasi mewakili tradisi yang mengedepankan *perspektif* atau pendekatan *multidisipliner* untuk menganalisis fenomena atau aktivitas komunikasi. Konsep tentang *framing* sendiri mengakar pada konsep psikologi. Pada praktiknya analisis *framing* membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, kultural, politik untuk menganalisis fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis

⁴⁶ Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Politik Dan Media, 77,233,236.

⁴⁷ 82-83.

sesuai dengan konteks yang melingkupinya. Jika berdasarkan pada konsep psikologi *framing* menempatkan informasi dalam konteks yang unik, sehingga elemen-elemen suatu isu tertentu mendapatkan alokasi sumber kognitif individu lebih besar. Hal tersebut mengakibatkan elemen yang terseleksi memiliki peranan penting dalam mempengaruhi penilaian individu dalam penarikan kesimpulan.

Framing Entman menekankan pada penonjolan dan penseleksian. Penonjolan didefinisikan sebagai membuat suatu informasi mendapatkan perhatian lebih, bermakna dan berkesan. Peningkatan dalam penonjolan akan memperbesar penerima lebih memahami informasi, melihat makna dengan lebih tajam, kemudian memproses dan menyimpannya dalam ingatan. Informasi dari teks dapat lebih menonjol dengan cara penempatannya atau pengulangannya atau juga dengan mengasosiasikan dengan simbol budaya yang sudah dikenal. Kemudian Aditjondro dalam Sudibyo (1999) mendefinisikan *framing* sebagai metode penyajian realitas. Yakni dimana kebenaran mengenai suatu kejadian tidak diingkari secara total melainkan dibelokkan secara halus, dengan cara memberikan sorotan atau penonjolan terhadap aspek-aspek tertentu dengan menggunakan istilah tertentu yang juga memiliki konotasi tertentu dengan bantuan foto, karikatur maupun alat ilustrasi lainnya.⁴⁸

Konsep *framing* mengacu pada perspektif Dramaturgi yang dipelori oleh Ervin Goffman. Dramaturgi merupakan sebuah kerangka analisis dari presentasi simbol yang memiliki efek persuasive. Dramaturgi melihat realitas layaknya sebuah drama. Masing-masing aktor berperan sesuai karakternya. Manusia berperan dalam suatu panggung untuk meyakinkan khalayak. Berdasarkan perspektif Goffman *frame* mengklasifikasi, mengorganisasi, dan juga menginterpretasi secara aktif pengalaman hidup yang kita alami dengan tujuan agar kita lebih mudah

⁴⁸ Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*, 162,164,165.

memahaminya. Dalam pandangan Goffman *frame* merupakan sebuah skema interpretasi dimana gambaran dunia yang dimasuki oleh seseorang diorganisasikan, sehingga pengalaman tersebut menjadi lebih bermakna dan berarti. *Frame* menawarkan penafsiran akan realitas sosial yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. *Frame* merupakan sebuah prinsip yang mana pengalaman dan realitas diorganisasikan secara subjektif. Melalui *frame*, orang melihat dengan pandangan tertentu dan melihatnya sebagai sesuatu yang berarti dan bermakna.⁴⁹ Efek *framing* yang mendasar adalah realitas sosial yang kompleks, tidak beraturan dan penuh dimensi disajikan dalam bentuk berita yang sederhana, beraturan dan memenuhi logika tertentu. Khalayak disediakan informasi kontekstual, tinggal diambil dan juga berarti bagi mereka dan sudah dikenal dalam benak mereka bukan informasi yang rumit.⁵⁰



⁴⁹ *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Politik Dan Media*, 95–96.

⁵⁰ 166.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dimana penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (2006) memiliki karakteristik lebih menekankan pada proses daripada produk atau *outcome*. Penelitian kualitatif lebih memfokuskan pada proses seperti interaksi manusia dalam suatu komunitas, pelaksanaan kerja, perkembangan suatu gejala atau peradaban. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar sehingga tidak menekankan pada angka, data kemudian dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami. Analisis data dilakukan secara induktif yakni data dari lapangan dianalisis secara berulang, sehingga akan menghasilkan temuan yang dapat disusun dalam tema tertentu. Penelitian kualitatif dilakukan dalam kondisi alamiah, maksudnya kondisi sebagaimana adanya, peneliti tidak melakukan *treatment* yang dapat mempengaruhi keilmiah objek yang diteliti. Yang ditekankan dalam penelitian ini adalah makna yang mendalam dari suatu gejala. Yang dimaksud makna adalah data sesungguhnya di balik data yang tampak, hasil interpretasi dari suatu data yang tampak.⁵¹

Metode penelitian kualitatif merupakan suatu metode yang lebih menekankan pada pemahaman secara lebih mendalam pada suatu permasalahan dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Penelitian kualitatif bersifat eksploratoris dan induktif. Sukmadinata (2009) dasar penelitian kualitatif adalah konstruktivisme yang mengasumsikan bahwa kenyataan berdimensi jamak, interaktif dan juga suatu pertukaran pengalaman sosial yang diinterpretasikan oleh individu. Sementara Martono (2011) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif percaya

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2018), 7.

kebenaran dinamis dan dapat ditemukan melalui penelaahan terhadap orang-orang melalui interaksi dan situasi sosial mereka.⁵²

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis analisis *framing*. Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengkajian fenomena secara rinci yang bisa membedakan dengan fenomena lainnya.⁵³ Penelitian deskriptif (*deskriptif research*), suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena yang ada di masa lampau atau masa kini. Ronny Koutur (2003) menjelaskan ciri-ciri penelitian deskriptif berhubungan dengan keadaan yang terjadi pada saat itu, menguraikan satu variabel atau beberapa variabel namun diuraikan satu per satu. Variabel yang diteliti tidak dimanipulasi atau tidak diberikan perlakuan-perlakuan (*treatment*).⁵⁴ Yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *dakwahtainment* di kalangan generasi Y dan Z, dimana aktivitas dakwah saat ini mengalami transformasi sedemikian rupa mengikuti perkembangan peradaban. Untuk mengetahui bagaimana *dakwahtainment* di kalangan generasi Y dan Z analisis *framing* dilakukan. Analisis *framing* dipilih karena analisis *framing* merupakan analisis teks yang digunakan untuk mengetahui bagaimana media dalam membingkai dan mengkonstruksi suatu realitas.

B. Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis *Channel* Youtube religiOne/ VDVC Religi program “Kata Ustadz” Season 1, 2, dan 4 yang mulai ditayangkan pada ramadhan tahun 2021 /1442 H, yang diunggah dari tanggal 14 April 2021 - 6 Mei 2022. Season 3 “Kata Ustadz” tidak termasuk ke dalam penelitian dikarenakan season 3 merupakan edisi spesial “Kata Ustadz Junior”, dimana *talent* dalam video “Kata Ustadz Junior” berada di

⁵² Sandu Siyoto and Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 27–29, <https://id1lib.org/book/5686377/494b68>.

⁵³ Siyoto and Sodik, 11.

⁵⁴ Taufik Rahman, “Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Millennial Melalui Media Sosial,” *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 2 (December 25, 2020): 70.

usia yang tidak tergolong ke dalam Generasi Y ataupun Generasi Z. Penelitian dilakukan di media sosial YouTube.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah *dakwahtainment* di kalangan generasi Y dan Z di *channel* youtube religiOne/ VDVC Religi yang digambarkan dalam video-video dakwah di program acara “Kata Ustadz”. Program “Kata Ustadz” dalam *channel* youtube religiOne/ VDVC Religi terbagi ke dalam beberapa season. Peneliti memilih season 1, 2 dan 4. Season 1 tayang selama bulan Ramadhan 2021/1442, season 2 yang tayang setelahnya yang kemudian dilanjutkan season 3. Dan selanjutnya di bulan Ramadhan 2022/1443 H tayang season ke 4.

Di *channel* youtube religiOne/VDVC Religi terdapat beberapa program acara, alasan pemilihan program “Kata Ustadz” adalah program tersebut menayangkan video-video dakwah dengan pembawaan yang khas anak muda. Jumlah video “Kata Ustadz” season 1, 2 dan 4 ada 106 video, dengan rincian 30 video “Kata Ustadz” season 1, 46 video “Kata Ustadz”, season 2 dan 30 video “Kata Ustadz” season 4. Dalam program “Kata Ustadz” terdapat video-video yang pembahasannya *relevan* dengan anak muda yang dikemas dengan gaya yang disesuaikan dengan anak muda.

Penulis ingin meneliti hal yang menarik dari video-video di program “Kata Ustadz” sehingga mendapatkan banyak respon *audience* terutama dari kalangan generasi Y dan Z, bahkan banyak yang meminta program ini dilanjutkan penayangannya setelah Ramadhan 2021/1442 H. Yang awalnya merupakan program acara di bulan Ramadhan, saat ini menjadi salah satu program andalan di *channel* youtube religiOne atau yang saat ini berganti nama menjadi VDVC Religi hingga sudah mencapai season 4. Kemudian video yang dipilih untuk di analisis merupakan video-video “Kata Ustadz” yang memiliki jumlah like terbanyak di setiap seasonnya, terdapat 22 video dengan rincian 6 video season 1, 8 video season 2 dan 6 video season 4 dan

2 video edisi kolaborasi dengan Kitabisa.com dalam kegiatan 30 hari mengetuk pintu surga.

D. Sumber Data

Data merupakan fakta empirik yang dikumpulkan oleh peneliti untuk kepentingan memecahkan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian. Data bisa berwujud suatu keadaan gambar, suara, huruf, angka, bahasa atau juga bisa berupa simbol yang bisa kita gunakan untuk mengungkapkan suatu permasalahan atau juga untuk menemukan suatu konsep. Data berdasarkan sumbernya terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber datanya, data primer sering disebut juga sebagai data asli atau data baru yang *up to date* sifatnya. Sementara itu data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada seperti buku, jurnal, laporan penelitian dan sebagainya.⁵⁵

Sumber data primer dari penelitian ini diambil dari video-video dari *channel* youtube religiOne/VDVC Religi, namun dalam penelitian ini hanya akan menganalisis video pada *channel* youtube religiOne/VDVC Religi program acara “Kata Ustadz”, dimana program tersebut berisikan konten dakwah yang dikhususkan untuk anak muda (generasi Y dan Z). Sementara sumber data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari berbagai macam literatur yang berkaitan dengan objek penelitian, misalnya jurnal, koran, berita, website, buku, video, media sosial terkait dan sebagainya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Secara umum pengumpulan data dapat dilakukan dengan empat cara yakni, observasi, wawancara, dokumentasi, triangulasi/gabungan. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yakni:

⁵⁵ Siyoto and Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 57.

1. Observasi

Mengutip dari Seltiz, Wrightsman dan Cook (1976) Karl Weick mendefinisikan observasi sebagai kegiatan pemilihan, perubahan, pencatatan, dan pengkodean terhadap serangkaian perilaku serta suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan empiris. Dari definisi tersebut kita bisa melihat bahwa tujuh karakteristik observasi yaitu: a) Pemilihan (*Selection*), Perubahan (*Provocation*), Pencatatan (*Recording*), Pengodean (*Encoding*), rangkaian perilaku dan suasana (*Test of behavior and setting*) *in situ* serta tujuan empiris. Sementara itu tujuan dari observasi sendiri adalah untuk menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi.⁵⁶

Dalam melakukan observasi agar efektif dilakukan dengan melengkapi pengamatan menggunakan format/blanko pengamatan sebagai instrument. Format yang disusun berisikan item mengenai kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. Pengamat haruslah jeli dalam mengamati kejadian, gerak ataupun proses. Dikarenakan pengamatan bukanlah hal yang mudah dilakukan, pengamatan haruslah objektif, sementara manusia seringkali dipengaruhi oleh minat dan segala kecenderungan yang ada padanya.⁵⁷ Observasi sangat tepat untuk dilakukan ketika mengkaji proses dan perilaku. Dilihat dari keterlibatan Observer/peneliti terdapat dua jenis observasi yaitu Observasi partisipan/partisipatoris, observasi jenis ini melibatkan peneliti, yang berarti peneliti menjadi bagian yang diteliti dan observasi non-partisipan/non-partisipatoris, dalam observasi ini peneliti tidak terlibat dalam kegiatan yang diteliti.⁵⁸

Dalam melakukan penelitian ini peneliti melakukan observasi partisipan/partisipatoris dimana peneliti menjadi bagian dari yang

⁵⁶ Jalaluddin Rakhmat and Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, n.d.), 144,145.

⁵⁷ Siyoto and Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 65.

⁵⁸ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 41–43, <https://id1lib.org/book/6072023/794264>.

diteliti dengan turut serta menjadi *audience* dari konten dakwah “Kata Ustadz” di *channel* Youtube VDVC Religi. Dalam melakukan observasi peneliti mengamati video yang ditayangkan di channel youtube religion/VDVC Religi sejak tanggal 13 April 2021 – 6 Mei 2022. Hal-hal yang diamati berkaitan dengan cara penyampaian dakwah, topik/tema dakwah apa saja yang disampaikan, respon *audience* yang bisa diamati melalui kolom komentar dan bagaimana *channel* youtube VDVC Religi mengemas dakwahnya dengan *dakwahtainment* dalam video-video “Kata Ustadz”.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan dokumen dari kejadian atau peristiwa yang telah berlalu. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, Karya-karya monumental dari seseorang.⁵⁹ Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan literatur dan dokumen yang berkaitan dengan subjek yang diteliti. Bisa berupa catatan sejarah, jurnal penelitian, manuskrip, foto, CD, DVD, film, buku, kitab, berita, website dan lain-lain.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan sejak awal pengumpulan data sampai akhir untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis, data yang diperoleh dari proses wawancara, penelitian lapangan dan dokumentasi. Dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan yang mudah dipahami baik oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶⁰

⁵⁹ *Metode Penelitian Kualitatif*, 124.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 244, <https://id1lib.org/book/5686376/9d6534>.

Analisis *framing* merupakan salah satu alternatif model analisis yang dapat mengungkapkan perbedaan media dalam mengungkapkan fakta. Analisis *framing* digunakan untuk mengetahui bagaimana media membingkai suatu realitas. Realitas sosial yang dipahami, dimaknai, dikonstruksi dengan bentuk dan makna tertentu. Elemen-elemen tersebut bukan hanya bagian dari teknis jurnalistik melainkan bagaimana suatu peristiwa dimaknai dan ditampilkan.⁶¹ Abrar (2000) menyebutkan empat teknik mem-framing yang biasa dilakukan oleh wartawan (media) yakni: 1) *Cognitive Dissonance* (Ketidakesuaian sikap dan perilaku), 2) *Empathy* (Membentuk “Pribadi Khayal”, 3) *Packing* (daya tarik yang melahirkan ketidakberdayaan, 4) Asosiasi (Menggabungkan kondisi, kebijakan, dan objek yang sedang aktual dengan fokus berita.⁶² Dengan analisis *framing* kita dapat mengetahui bagaimana media mengkonstruksi realitas sosial. Dalam penelitian ini analisis *framing* digunakan untuk membedah bagaimana media, dalam hal ini *channel* youtube religiOne / VDVC Religi dalam mengkonstruksi realitas yang ada dan mengemas konten dakwahnya sehingga bisa menyesuaikan dengan kalangan generasi Y dan Z.

Robert N. Entman mengemukakan konsep *framing* yang menempatkan informasi-informasi tertentu dengan konteks yang khas sehingga hal tersebut membuat suatu isu mendapatkan perhatian yang lebih besar dibandingkan isu lainnya. Entman memberikan penekanan lebih pada penyampaian teks komunikasi, bagian mana yang dianggap lebih penting oleh pembuat teks sehingga ditonjolkan pada penyampaiannya. Hal tersebut bisa dilakukan dengan menempatkan satu aspek informasi yang lebih menonjol dibandingkan informasi lainnya, membuatnya lebih mencolok, mengulang informasi yang dianggap penting dan menghubungkannya dengan aspek yang dipandang penting oleh khalayak. Dalam pandangan Entman *framing* dilihat

⁶¹ Sophia Damayanti, Ira Dwi Mayangsari, and Dedi Kurnia Syah Putra, “Analisis Framing Robert N. Entman Atas Pemberitaan Reklamasi Teluk Jakarta Di Majalah Tempo,” *eProceedings of Management* 3, no. 3 (December 1, 2016): 3929, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3785>.

⁶² Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*, 173.

dari dua dimensi besar yaitu seleksi isu serta penekanan atau penonjolan aspek-aspek tertentu dari suatu realitas/isu. Seleksi isu berhubungan dengan pemilihan fakta dari realitas yang kompleks dan beragam untuk kemudian diseleksi mana yang akan ditampilkan. Sementara itu penonjolan aspek berkaitan dengan penulisan fakta dimana isu yang telah diseleksi kemudian ditulis. Hal tersebut erat kaitannya dengan pemakaian kata, kalimat, gambar, dan juga citra tertentu untuk kemudian ditampilkan kepada khalayak.⁶³

Konsepsi framing menurut Entman terdapat atas empat fungsi frame yaitu:

Tabel 3.3 Konsepsi Framing Robert N. Entman⁶⁴

Define Problems (Pendefinisian Masalah)	Bagaimana suatu peristiwa/ isu dilihat? sebagai apa/ sebagai masalah apa?
Diagnose Causes (Memperkirakan masalah atau sumber masalah)	Peristiwa itu dilihat disebabkan oleh apa? Apa yang dianggap dari penyebab suatu masalah? Siapa (aktor) yang dianggap sebagai penyebab masalah?
Make Moral Judgement (Membuat keputusan moral)	Nilai moral apa yang disajikan untuk menjelaskan masalah? Nilai moral apa yang dipakai untuk melegitimasi atau mendelegitimasi suatu tindakan?
Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)	Penyelesaian apa yang ditawarkan untuk mengatasi masalah/ isu? Jalan apa yang ditawarkan dan harus ditempuh untuk mengatasi masalah?

1. *Define Problems* (Pendefinisian masalah)

Pada bagian ini merupakan master frame/bingkai yang paling utama yang menekankan bagaimana suatu peristiwa dipahami. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai realitas yang terjadi. Dalam penelitian ini akan menjelaskan realitas dan persoalan yang terjadi

⁶³ *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Politik Dan Media*, 220–22.

⁶⁴ 223–24.

di kalangan generasi Y dan Z, aktivitas dakwah di kalangan Generasi Y dan Z dan pengetahuan keislaman generasi Y dan Z.

2. *Diagnoses Cause* (Memperkirakan penyebab masalah)

Bagian ini merupakan elemen *framing* yang digunakan untuk membingkai siapa aktor utama dari suatu peristiwa. Suatu peristiwa dipahami seperti apa, tentu saja menentukan apa dan siapa sumber dari masalah yang menimbulkan peristiwa tersebut. Dalam hal ini akan diuraikan persoalan yang dihadapi tantangan dan rintangan dalam menjalankan aktivitas dakwah di media sosial terutama di kalangan generasi Y dan Z.

3. *Make Moral Judgement* (Membuat pilihan moral)

Di bagian ini digunakan untuk berargumentasi membenarkan maupun memberikan bantahan mengenai pendefinisian masalah yang telah dibuat. Menanggapi permasalahan yang telah diuraikan, yakni persoalan mengenai aktivitas dakwah sosial media di kalangan generasi Y dan Z.

4. *Treatment recommendation* (Menekankan penyelesaian)

Pada bagian ini digunakan untuk memberikan penilaian mengenai apa yang wartawan (media) kehendaki. Dan penyelesaian terhadap persoalan/ peristiwa yang dipilih oleh wartawan (media) yang tentu saja dipengaruhi oleh bagaimana suatu peristiwa dilihat dan siapa yang dipandang sebagai sumber permasalahan.⁶⁵

⁶⁵ 225–26.

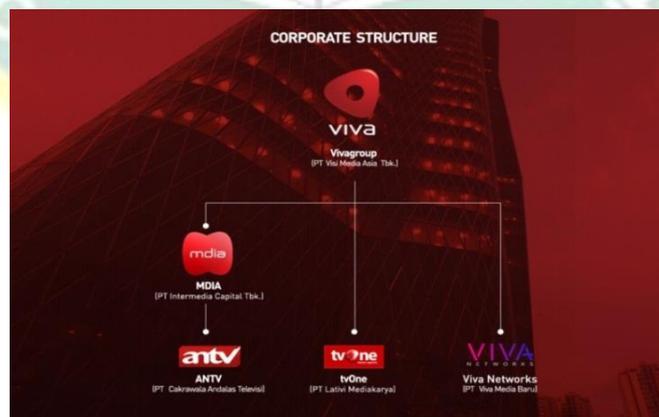
BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Channel Youtube ReligiOne/VDVC Religi

1. Profil religiOne/VDVC Religi

PT Visi Media Asia Tbk. Atau VIVA merupakan perusahaan media konvergensi yang didirikan pada tahun 2004. Visi dari perusahaan ini adalah melakukan investasi untuk masa depan industri media dan bangsa Indonesia melalui penyediaan konten berita, olahraga, dan seputar gaya hidup yang disebarluaskan melalui konvergensi media televisi, internet dan mobile platform. Kemudian terdapat beberapa misi perusahaan diantaranya: 1) Berperan aktif dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, 2) Mengambil momentum dari pertumbuhan dan pengguna data dan telephone genggam di Indonesia, 3) Menciptakan sinergi dan integrasi antar layanan yang dimiliki, 4) Memastikan keuntungan dan pertumbuhan yang berkelanjutan, 5) Memberikan kualitas hidup yang lebih berkualitas kepada para pemangku kepentingan. Kegiatan usaha perseroan meliputi stasiun Televisi *Free To Air* (FTA) yang terdiri atas ANTV & tvOne dan portal digital yakni VIVA Networks. Berikut merupakan struktur perusahaan PT. Visi Media Asia Tbk. atau VIVA Group:



Gambar 4. 1 : Struktur Perusahaan VIVA (PT. Visi Media Asia)

Kemudian VIVA Networks diluncurkan untuk mendukung pertumbuhan digital dan menciptakan komunitas digital yang dominan melalui portal-portal berkualitas. Kemudian sejak tahun 2008 VIVA mengembangkan usaha digitalnya yang ditempatkan pada PT. Viva Media Baru (VMB)/ VIVA Networks. Dengan nama brand VDVC yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan online melalui website publisher. VIVA Network terdiri atas beberapa publisher diantaranya: Viva.co.id, jago dangdut, intip seleb, Sahijab, VLix, 100KPJ.com, tvOne news & sport, Oneprix, OnePrideMMA.⁶⁶



Gambar 4. 2 : VIVA Networks (PT. VIVA Media Baru)

VDVC Religi merupakan salah satu program dari VDVC (*VIVA Digital Venture Company*). VDVC (*VIVA Digital Venture Company*) sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang digital, VDVC Religi merupakan anggota dari VDVC (*VIVA Digital Venture Company*) dan bagian dari Viva.co.id. Dan Viva.co.id merupakan salah satu publisher dari VDVC. Untuk menanggapi tantangan perkembangan zaman VDVC menjadi bagian inti dari strategi bisnis digital, *platform* digital pertama yang mengkombinasikan antara konten, komunitas dan juga komersial di dalam satu naungan yang sama. *VIVA Reloaded* merupakan tranformasi digital yang menjadi upaya dari VIVA untuk lebih berkembang dan memberikan peluang baru dalam bisnis media yang kemudian menyasar generasi Y dan Z.

⁶⁶ "PT. VISI MEDIA ASIA Tbk," accessed May 17, 2022, <https://id.vivagroup.co.id/>.



Gambar 4.3 : Postingan Instagram Anindya Bakrie Terkait VIVA Reloaded

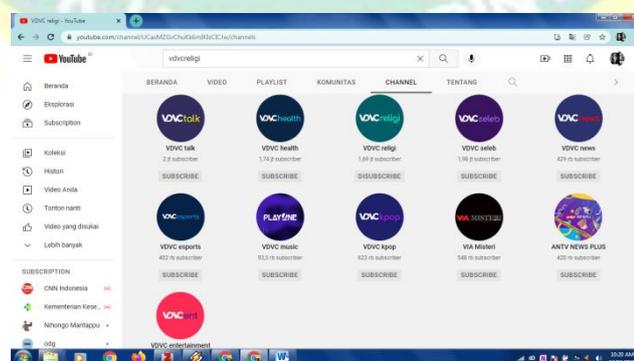
Selain itu VDVC juga bekerjasama dengan lebih dari 25 mitra KOL (*Key Opinion Leader*), seperti Indra Bekti, Indi Barends, Fatih Unru, Indi Rahmawati, Fitri Tasfiah, Eklendro Youns Yohanes, Alfia Sefira, Pahlevi, Rudi Cahyadi, Vania Alice, M. Al Fariz Firdaus, Bayu Novian Purnama, Rian Cahyadi, Intan Mustika, Amanda Sabrina, Millena Nurli Zaakiya, Jerry Kurniawan, Nissi Ariana, dan Jonathan Megan. Kemudian VDVC membangun berbagai macam minat dan topik yang menarik untuk komunitas dan saat ini VDVC memiliki lebih dari 10 juta member komunitas. Beberapa topik yang dibahas diantaranya yaitu, kecantikan, kesehatan, dunia selebritis, E-Sport, K-Wave, kehidupan muslim hingga sosial politik. VDVC merupakan garis terdepan dalam proses transformasi digital yang dilakukan oleh Viva Media Group.⁶⁷



Gambar 4.4 : Postingan Instagram VDVC Religi Terkait Peluang Menjadi Content Creator di VIVA Group

⁶⁷ “VDVC,” accessed April 25, 2022, <https://www.vdvc.id/>.

Tidak mengherankan bila VDVC memiliki banyak produk digital dengan lebih dari 30 juta Publisher Online, dan juga memiliki beragam produk digital. Publisher VDVC merupakan publisher terbesar di Indonesia dengan 20 juta pengguna, seperti viva.co.id yang merupakan megaportal berita nasional yang terdiri dari VIVAnews, VIVAbola, VIVALife, VIVAforum, dan VIVAllog. Selanjutnya ada intipseleb.com yang menyajikan berita mengenai selebriti yang sedang viral. Kemudian ada antvklik.com yang visinya menjadi saluran televisi terbaik bagi keluarga Indonesia yang menyajikan program-program berkualitas dan tvonenews.com yang berisikan berita-berita yang beragam dan didukung program yang menarik dan informative. Sebagai pusat transformasi digital Viva media group yang terkenal sebagai *Top Tier Entertainment Broadcaster* yaitu ANTV dan *Top Notch News Broadcaster* tvOne, VDVC memiliki beragam produk digital, beberapa diantaranya merupakan program yang menjadi asset VDVC di Youtube yaitu: VDVC Seleb, VDVC ESport, VDVC Health, VDVC Kpop, VDVC Talk, VDVC News, dan VDVC Religi. Masing-masing channel youtube VDVC memiliki program unggulan. VDVC Seleb dengan program unggulannya “Sambel Ngobrol”, VDVC Esport dengan program unggulannya “Vortex Station”, VDVC Health dengan program unggulannya “Solusi Penyakit”, VDVC Kpop dengan program unggulannya “Kpop Idol Things”, VDVC Talk dengan program unggulannya “Speed Talk”, VDVC News dengan program unggulannya “News Update” dan tentu saja VDVC Religi.



Gambar 4. 5 : Produk digital VDVC di platform youtube

Sebelumnya *channel* youtube VDVC Religi bernama religiOne. Perubahan nama *channel* youtube yang semula religiOne menjadi VDVC Religi dikarenakan gebrakan yang dilakukan oleh VIVA untuk menghadapi tantangan distrupsi digital. Seperti yang kita ketahui *channel* youtube religiOne merupakan bagian dari TVOne Digital House dimana TVOne merupakan bagian dari VIVA, sehingga perubahan dan gebrakan yang dilakukan oleh VIVA juga berpengaruh terhadap *channel* youtube religiOne atau yang saat ini sudah berganti nama menjadi VDVC Religi.

Transformasi yang dilakukan oleh VIVA dengan membuat sebuah *platform* dan bekerjasama dengan para influencer yakni VDVC (*VIVA Digital Venture Company*) yang befokus pada bisnis digital. VDVC Religi merupakan salah satu dari *channel* youtube yang menjadi bagian dari VDVC (*VIVA Digital Venture Company*) tersebut. Mulanya *channel* youtube religiOne diganti nama menjadi VDVC Sosial, namun dikarenakan banyaknya tanggapan yang kurang positif dari mayoritas *subscriber channel* youtube religiOne yang keberatan akan perubahan nama tersebut membuat *channel* youtube yang semula VDVC Sosial dirubah menjadi VDVC Religi setelah mempertimbangkan masukan dari *subscriber* .



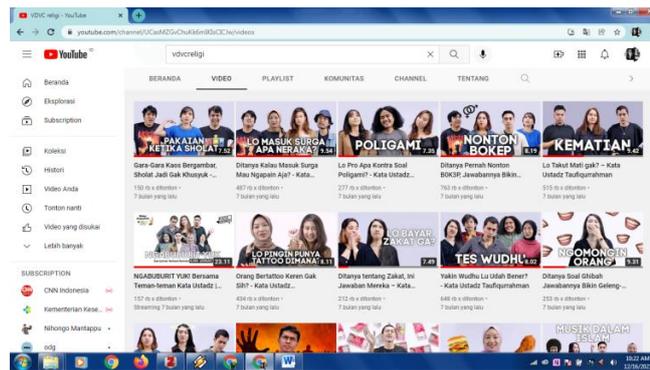
Gambar 4. 6: Perubahan nama *channel* youtube VDVC Social menjadi VDVC Religi



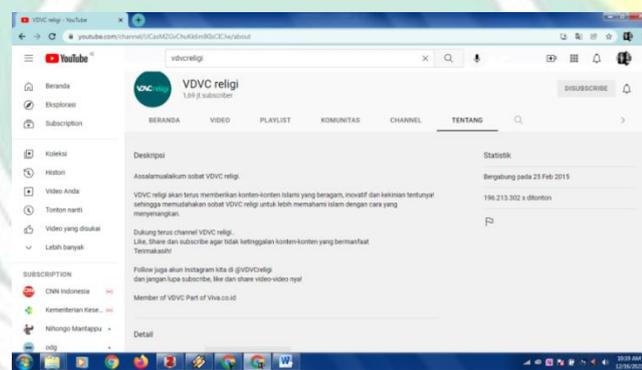
Gambar 4. 7 : Tampilan baru channel youtube VDVC Religi

VDVC Religi dengan program unggulannya “Kata Ustadz”, konten dakwah yang ditampilkan dalam format *reaction video* sekaligus ceramah ustad mengenai pertanyaan dan tanggapan generasi Y & Z. VDVC Religi merupakan salah satu *channel* youtube yang menampilkan pembahasan agama yang dikemas secara menarik dan interaktif. Selain “Kata Ustadz” sebagai program unggulan, *channel* youtube VDVC Religi juga memiliki program lain diantaranya yaitu Muslimpedia, Muslim Update, Tanya Ustadz Podcast, Kata Ustadz Junior. Muslimpedia membahas mengenai hal-hal informatif mengenai ibadah dan membahas tokoh inspiratif dalam islam. Muslim Update membahas mengenai berita terbaru dari para muslimin mulai dari dalam negeri hingga internasional, Tanya Ustadz Podcast sebuah podcast dimana Ustadz akan menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai hal yang sedang ramai diperbincangkan publik, Kata Ustadz Junior yang merupakan *reaction video* serta dakwah yang disampaikan oleh ustad menanggapi *social experiment* mengenai pertanyaan dan tanggapan anak kecil dan tentu saja Kata Ustad yang merupakan video *reaction* sekaligus dakwah mengenai pertanyaan dan tanggapan *talent junior*.⁶⁸

⁶⁸ “Islam & Media Dakwah (@vdvc_religi) • Instagram Photos and Videos,” accessed April 25, 2022, https://www.instagram.com/vdvc_religi/.



Gambar 4. 8 : Playlist Video Kata Ustadz di Channel Youtube religiOne / VDVC Religi



Gambar 4. 9: Tentang channel youtube VDVC Religi

2. Profil Ustadz Program “Kata Ustadz”

a. Ustad Derry Sulaiman

Ustad Derry Sulaiman merupakan *da'i* yang juga seorang pemusik dan seniman. Nama asli ustad Derry Sulaiman adalah Derry Gusman Pramona, beliau lahir di Solok Sumatera Barat pada tanggal 1 Agustus 1979. Ustad Derry kecil tumbuh di lingkungan yang religious, ia menempuh pendidikan awalnya di Madrasah Diniyah Awaliyah di Solok tahun 1985, kemudian melanjutkan di Madrasah Tsanawiyah Padang Panjang di tahun 1991, dan saat itulah Ustad Derry Sulaiman mulai berkenalan dengan musik dengan bernyanyi dan bermain gitar asal-asalan seperti remaja pada umumnya. Di tahun 1993 Ustad Derry bersekolah di Sekolah Menengah Teknologi Industri (SMIT) di tahun 1993 di Padang.

Kemudian di tahun 1997 setelah lulus dari SMIT Ustad Derry menuju Jakarta untuk mengejar cita-citanya menjadi anak metal paling sangar di dunia. Ia membuat band dengan nama Gibraltar, kemudian ia bergabung dengan band besar Betrayer, yang merupakan band besar yang terkenal dikalangan musik *underground*. Sempat jauh dari ajaran agama di tahun 1998, kemudian di tahun 2000 Ustad Derry memulai proses hijrah, dengan bertemu seorang jamaah tabligh di sebuah kafe. Jamaah tersebut mengajaknya dengan kelembahlembutan dan tidak ada kritik pedas. Di tahun 2005 ustad Derry memutuskan untuk berdakwah bersamaan dengan timbulnya kasus BOM Bali. Beliau memikirkan berbagai cara untuk bisa berdakwah di Bali, dimana mayoritas beragama hindu, juga banyak dikunjungi turis yang kebanyakan non-muslim.

Ustad Derry memutuskan berhenti bermain musik ketika berdakwah, namun hal tersebut membuatnya kehilangan teman. Hingga kemudian di tahun 2005 Ustad Derry memutuskan untuk berkarya dalam musik dengan membuat Lagu Religi yang menggaungkan nama Allah SWT, serta Nabi Muhammad SAW dan menciptakan lirik dan syair penuh cinta pada sesame dan mengajak pada kebaikan. Beliau berdakwah di tempat-tempat yang *antimainstream* seperti di kafe, bar, diskotik dan pinggir pantai. Selain bermusik Ustad Derry juga merupakan seorang seniman, tepatnya *Kaligrafer*. Beliau berdakwah dengan menggunakan seni kaligrafi yang menuliskan nama Allah SWT, dan Nabi Muhammad SAW.

Di tahun 2007 merupakan tahun yang sulit bagi Ustad Derry, semua harta yang dimiliki Ustad Derry habis dan utang sangat banyak. Namun itu juga menjadi titik balik Ustad Derry sebagai pendakwah, suatu hari ketika pulang dari masjid Muhammad di Bali Ustad derry teringat akan nasihat Ali Haris orang Arab Yaman yang melihatnya saat itu sedang melamun, nasihatnya hanya satu kalimat “orang kaya mati orang miskin mati”, yang kemudian menjadi

mahakarya musik religinya yang dikemudian hari diaransement secara professional dan menjadi soundtrack sinetron SCTV Mak Ijah Pengek ke Mekkah yang kemudian lagu tersebut meledak. Hingga kemudian di tahun 2015 Ustad Derry resmi dikontrak oleh Trans 7 dalam program NGOPI (Ngobrol Perkara Iman), yang kemudian menjadi jalan Ustad Derry lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia.⁶⁹

b. Ustad Taufiqurrahman

Ustad Taufiqurrahman merupakan Da'i yang dikenal dengan dakwah khasnya yakni menggunakan pantun, sehingga beliau juga dikenal sebagai Ustad Pantun. Ustad Taufiqurrahman lahir di Jakarta 4 Juni 1980. Aktivitas dakwahnya dimulai sejak dini, beliau menempuh pendidikan di pesantren As-Saghofaf yang dipimpin oleh Al- Habib Abdurrahman As Segaf sejak SD. Kemudian beliau melanjutkan pendidikannya di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Jakarta dan juga mondok di pesantren Darul Islam yang dipimpin oleh K.H. Amir hamzah. Ustad Taufiqurrahman menempuh pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi Ilmu Al Qur'an Jakarta dengan jurusan hukum islam, setelah menyelesaikan pendidikan bahasa arab di LIPIA Jakarta, Ustad Taufiqurrahman memulai dakwahnya. Sejak tahun 2006 hingga sekarang Ustad Taufiqurrahman merupakan pembimbing jama'ah haji khusus PACTO. Beliau merupakan *da'i* yang banyak mengisi acara dakwah di televisi baik sebagai narasumber atau juga sebagai komentator, seperti narasumber di acara Titian kalbu di TVOne(2008), narasumber Curhat Bareng Ustad di ANTV(2008). Ustad Taufiqurrahman juga melakukan dakwah di media sosial salah satunya melalui youtube dan instagram. Ustad Taufiqurrahman memiliki pondok pesantren Daurut Taufiq Ar-Rahman.⁷⁰

⁶⁹ Muhammad Furqon, "Metode Dakwah Ustadz Derry Sulaiman Di Bali," December 27, 2019, 35–43, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51166>.

⁷⁰ Sendi Ramadhan, "Retorika Dakwah Ustad K.H Taufiqurrahman S.Q Menggunakan Pantun," November 17, 2015, 34, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55046>.

c. Habib Husain Ja'far

Habib Husein Ja'far Al-Hadar merupakan da'i millennial yang memiliki keunikan tersendiri dalam berdakwah. Caranya dalam berdakwah sangat *antimainstrem*. Beliau merupakan salah satu pendakwah yang menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya. Habib Husein memiliki *channel* youtube yakni Jeda Nulis. Dalam kanal/channel youtubanya Habib Husein banyak membahas mengenai keislaman. Beliau merupakan Direktur Akademi Kebudayaan Islam Jakarta dan juga aktivis gerakan islam cinta. Dalam menyampaikan dakwahnya ia memilih pendekatan dakwah yang santai, baik penampilan ataupun penyampaiannya. Tidak ada kesan dakwah yang serius, ataupun dakwah yang biasa ditemui di acara pengajian.

Habib Husen Ja'far lahir di Bondowoso, Jawa Timur pada tanggal 21 Juni 1988 dan berada dalam garis keturunan Nabi Muhammad SAW yang sah yakni garis keturunan Nabi Muhammad SAW melalui pernikahan Sayyidina Ali Bin Ani Thalib & Sayyidina Fatimah melalui ayahnya yang merupakan keturunan arab. Tumbuh dan besar di keluarga yang agamis membuat beliau diharuskan menjaga ajaran islam sebagai agama dan marwah kewibawaan nama baik keluarga. Habib Husein terbiasa dengan aturan, norma dan nilai yang menurut sebagian orang mengekang sedari kecil. Beliau juga diperkenalkan dengan dunia tulis menulis sejak kecil, hobinya gemar mengoleksi buku sejarah Arab, Indonesia dan negara lainnya yang langka. Habib Husein Ja'far menempuh pendidikan non-formal di pesantren Bangil, Pasuruan, jawa Timur. Kemudian melanjutkan pendidikan S1 di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta jurusan Aqidah & Filsafat, dan di almamater yang sama Habib Husein menyelesaikan pendidikan S2 nya jurusan Tafsir Qur'an. Habib Husein Ja'far saat ini tinggal di Tangerang Selatan, dan memiliki toko yang bernama "Warung Sejarah RI". Habib Husein Ja'far selain sebagai Da'I, beliau juga merupakan seorang penulis muda, beliau menulis diberbagai portal

online juga menulis buku. Beberapa bukunya yang telah diterbitkan diantaranya: Tuhan ada di hatimu, Apalagi islam itu kalau bukan cinta, Menyegarkan islam cinta.⁷¹

Habib Husein Ja'far merupakan salah satu pendakwah (da'i) yang aktif dalam menjalankan dakwahnya di media sosial baik youtube, instagram maupun media sosial lainnya. Beliau juga sering menjadi bintang tamu dalam sebuah acara baik di televise maupun di podcast. Salah satu dakwahnya yang *antrimainstrem* bisa dilihat dalam kanal/channel dakwah "Pemuda Tersesat" yang penayangannya dilakukan di youtube. Dalam kanal/channel youtube "Pemuda Tersesat", Habib Ja'far menjawab pertanyaan pemuda yang cukup aneh ditanyakan terutama dalam dalam konten dakwah, seperti hukum menjadikan medali olimpiade sebagai mas kawin, hukum taraweh ngebut 100/mbps, bolehkah jadi Roobin Hood dalam islam dan berbagai pertanyaan *nyeleneh* lainnya, yang mungkin tidak akan bisa ditanyakan ketika mengikuti pengajian atau kajian dakwah lainnya. Beliau ditemani Coki pardede dan Tretan Muslim dalam menyampaikan dakwahnya di kanal/channel youtube "Pemuda tersesat", Habib Ja'far menjawab pertanyaan pemuda tersesat dengan bijaksana terlebih penampilannya yang santai membuat konten dakwah tersebut banyak diminati anak muda. Habib Ja'far juga menyuarakan toleransi dalam beragama (moderasi islam) dalam setiap kesempatan ia menyuarakan kerukunan dalam beragama. Termasuk dengan melakukan diskusi terbuka dengan pemuka agama lain melalui kanal/channel Youtubanya "Jeda Nulis".

3. Profil Talent "Kata Ustadz"

Talent program "Kata Ustadz" merupakan anak muda yang berdasarkan usia mereka tergolong ke dalam Generasi Y dan Z yang

⁷¹ Afra Puteri Resa, "Retorika Dakwah Habib Husein Ja'far Melalui Youtube," August 3, 2021, 41–44, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57822>.

dipilih melalui proses *casting* yang dilakukan oleh VDVC Religi. Talent dipilih dari berbagai latar belakang dan dengan pemahaman keislaman yang berbeda-beda. Talent “Kata Ustadz” Season 1: Arie Pradipta, Vania Alice, Christian Pilongo, Annisa Diana, Alfia Shevira, Rafika Biang, Rizki Pahlevi, Hilmi, Aang Wardana, Dila, Rudi Cahyadi, Vinka. Talent “Kata Ustadz” Season 2: Vika, Muhammad Fikih, Adel, Fitri Andini, Alfia Shevira, Rudi Cahyadi, Vania Alice,, Rizky Pahlevi, Christian Pilongo, Rafli, Ester, Anya, Andika Tegar, Saskia, Annisa Diana. Talent “Kata Ustadz” Season 4: Fajar Nugra, Mayli Abigail, Rizky Nugraha, Dzikri Ari Ramadhan, Hilmi Shaqaki, Icha, Virgie, Della, Devira, Insan negara, Vania Alice, Rudy Cahyadi.⁷²



Gambar 4. 10: Postingan instagram VDVC Religi Terkait Recruitment Talent Kata Ustadz

B. Realitas dan Persoalan di Kalangan Generasi Y dan Z

Dewasa ini perubahan dan perkembangan teknologi berdampak pada perubahan pola pikir dan juga karakter manusia. Generasi saat ini, terutama generasi Y dan Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, hal tersebut sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Asutay (2016), bahwa kalangan muda merupakan target utama perubahan teknologi dan media baru, sehingga terjadinya perubahan budaya dikalangan anak muda juga sejalan dengan perubahan dan

⁷² “Islam & Media Dakwah (@vdvc_religi) • Instagram Photos and Videos,” accessed May 17, 2022, <https://www.instagram.com/p/CcAxj3vploP/>.

perkembangan tersebut.⁷³ Keberadaan generasi Y dan Z tidak bisa dilepaskan dari revolusi industri 4.0 dimana revolusi industri 4.0 ditandai dengan adanya internet. Lahir dan tumbuh di tengah perubahan dan perkembangan internet membuat kehidupan generasi ini tidak terlepas dari internet.

Menurut pandangan Howe & Strauss (2000) terdapat tiga atribut yang mengidentifikasi generasi, yaitu: 1) *Perceived Membership*, yakni persepsi individu terhadap kelompok dimana mereka tergabung terutama di usia remaja hingga dewasa muda, 2) *Common, Belief & Behavior*, yakni sikap terhadap karir, keluarga, kehidupan personal, politik, agama, dan pilihan-pilihan yang diambil terkait dengan pekerjaan, pernikahan, anak, kesehatan, dan kejahatan, 3) *Common Location in History*, yakni perubahan pandangan politik, kejadian bersejarah seperti perang, bencana alam, yang terjadi di masa remaja hingga dewasa. Revolusi industri 4.0 merupakan kejadian bersejarah yang dialami oleh generasi Y dan Z di usia remaja hingga dewasa muda sehingga keadaan tersebut turut serta membentuk karakter generasi Y dan Z. Hal yang serupa juga dikemukakan oleh Nobel & Schewe (2003) dan Twenge (2000) bahwa pandangan mengenai pengelompokan generasi adalah berdasarkan premis bahwa generasi merupakan sekelompok individu yang fase kehidupannya dipengaruhi oleh peristiwa sejarah dan fenomena-fenomena budaya.⁷⁴

Navahandi (2019) mengutarakan bahwa revolusi industri 4.0 terjadi ditandai dengan adanya internet, ketika *Internet of Things (IoT)* dan komputasi awan sebagai penghubung antara fisik dan virtual secara langsung, atau sistem fisik dan sistem fiber terintegrasi. Revolusi industri sendiri merupakan istilah yang pertama kali diperkenalkan di Jerman, dimana industri 4.0 sebagai perpaduan teknologi yang memadukan teknologi internet, digital dan kecerdasan buatan melalui penggunaan *Internet of Things (IoT)*, untuk menghubungkan perusahaan kecil dan

⁷³ Idi Subandi Ibrahim and Yosol Irianta, *Komunikasi Yang Mengubah Dunia (Revolusi Dari Aksara Hingga Media Sosial)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 267.

⁷⁴ Wijoyo et al., *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*, 24.

sedang sehingga lebih efisien dalam jejaring produksi dan inovasi global sehingga bisa memudahkan penyesuaian produk dan produksi masal.⁷⁵ Di masa kini internet bukan hanya menghubungkan perusahaan saja akan tetapi juga menghubungkan seluruh dunia. Salah satu dampak perkembangan internet yang sangat cepat adalah munculnya media sosial.

Keberadaan media baru seperti media sosial merupakan hal yang tidak bisa dihindari, kebutuhan akan media sosial hampir menjadi kebutuhan pokok di kehidupan generasi muda. Media sosial menjadi media dimana kita bisa memperoleh hiburan, informasi, pendidikan maupun cerminan sosial yang bisa dilihat dari *tren-tren* yang ada di media sosial, sehingga untuk bisa *up to date* di era saat ini dibutuhkan media sosial. Rully Nasrullah (2015) dalam bukunya mengutarakan definisi media sosial yaitu, medium di internet yang memungkinkan penggunanya untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berbagi, bekerjasama, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*.⁷⁶ Dari pernyataan tersebut kita bisa ketahui bahwa media sosial menjadi wadah bagi penggunanya untuk mengekspresikan diri dan saling berbagi di dunia *virtual*. Saling berbagi di media sosial menjadi kebiasaan baru yang terbentuk saat ini. Dampak positif dari kebiasaan tersebut membuat akses terhadap informasi semakin terbuka bagi siapa saja, akan tetapi seperti dua buah mata pisau terdapat juga dampak negatif yang ditimbulkan, seperti maraknya berita bohong (*hoax*), dikarenakan lemahnya kontrol sosial di media sosial.

El-Nawawy dan Khamis (2013) menunjukkan bahwa kebanyakan konten yang dibuat pengguna disebarluaskan melalui media sosial. Hal tersebut yang menjadikan internet mengalami kecenderungan sebagai pembentuk opini publik dan ruang publik selain mencerminkan kondisi sosial masyarakatnya. Berbeda dengan media konvensional, pesan yang ada di media sosial lepas dari kendali sensor pemerintah dan menyebar

⁷⁵ Sujak, *Mengajar Generasi Z*, 15.

⁷⁶ Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi)*, 11.

dari satu akun ke akun lain dengan mudahnya tanpa bisa dikendalikan oleh siapapun.⁷⁷ Sehingga dalam menggunakan media sosial penggunanya harus bijaksana dan juga mawas diri, mengingat informasi di media sosial tidak bisa dipercaya sepenuhnya.

Pada kenyataannya kita tidak bisa menampik bahwa di antara banyaknya manfaat keberadaan media sosial yang bisa menunjang kehidupan sehari-hari kita terdapat juga persoalan-persoalan yang kemudian muncul sebagai akibat dari adanya media sosial, terutama di kalangan generasi Y dan Z sebagai pengguna mayoritas media sosial. Salah satu persoalan yang dihadapi oleh Generasi Y dan Z adalah mengenai isu kesehatan mental (*mental health*). Fenomena yang belakangan menjadi pembahasan adalah *FOMO (Fear Of Missing Out)*. Sebuah fenomena dimana generasi muda yakni generasi Y dan Z memiliki kecenderungan untuk selalu *Up to date* dan tidak ingin ketinggalan informasi. *FOMO* apabila diarahkan untuk hal yang membuat seseorang berkembang akan bermanfaat, namun *FOMO* yang dimaksud adalah *FOMO* dimana seseorang tidak ingin ketinggalan *tren*, dimana hal yang menjadi *tren* saat ini adalah hal-hal yang kurang bermanfaat, sebagai contoh *tren* konten di media sosial yang cenderung dibanjiri oleh konten-konten yang tidak edukatif seperti konten yang menampilkan *flexing* yang belakangan sedang *viral*. Dilansir dari Solopos.com diketahui bahwa generasi Y dan Z memiliki kecenderungan untuk mendapatkan informasi melalui internet, terutama media sosial instagram dan youtube. Pola konsumsi berita berdasarkan survei yang dilakukan oleh Maverick Indonesia ditemukan bahwa 89 % responden mendapatkan informasi dari instagram dan 77% mendapatkan informasi dari youtube.⁷⁸

FOMO (Fear Of Missing Out) membuat generasi Y dan Z cenderung menghabiskan waktunya di media sosial, yang berarti frekuensi

⁷⁷ Ibrahim and Irianta, *Komunikasi Yang Mengubah Dunia (Revolusi Dari Aksara Hingga Media Sosial)*, 220.

⁷⁸ Sulistyawati, "Mengungkap Platform Yang Paling Banyak Digunakan Milenial Untuk Cari Berita."

generasi Y dan Z terpapar media sosial sangatlah besar. Pada kenyataannya media sosial membawa banyak perubahan saat ini, dengan semakin terbukanya informasi memberikan kemudahan bagi siapa aja dalam memperoleh peluang dan kesempatan untuk *mengupgrade* diri, namun terlalu banyak informasi juga menimbulkan dampak negatif. Kecanduan terhadap media sosial (*sosial media addict*), menjadi keberlanjutan dari fenomena *FOMO (Fear Of Missing Out)* apabila tidak diatasi dengan baik.

Prawira (2021) mengemukakan bahwa generasi muda merupakan generasi yang lebih rentan mengalami gangguan kesehatan jiwa seperti stress, cemas, depresi dan memiliki pemikiran untuk bunuh diri dibandingkan generasi sebelumnya. Duan (2020), menjelaskan bahwa penggunaan media sosial yang tinggi dapat menimbulkan kecemasan, stress dan depresi. Kahraman & Demirci (2018), menjelaskan bahwa penggunaan smartphone dan internet yang terlalu berlebihan dapat memicu masalah mental/perilaku, kinerja belajar yang buruk, menurunnya interaksi sosial, gangguan hubungan, mengabaikan hubungan pribadi dan disfungsi mood. Belum lagi di masa pandemi saat ini dimana kondisi serba tidak pasti menimbulkan isu kesehatan mental semakin meningkat dikalangan anak muda. Purnama (2021) mengemukakan bahwa 80% anak muda mengalami penurunan kondisi kesehatan mental selama masa pandemi, hal tersebut didasarkan pada *Global Risk Report 2021* yang diterbitkan oleh *World Economic Forum* bersama dengan *Zurich Insurance Group (Zurich)*.⁷⁹ Mengingat dalam hal pengelolaan stress generasi muda, dalam hal ini generasi Y dan Z tidak lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya, hal tersebut didasarkan pada penelitian dari *American Psychological Association*, yang dikutip dalam *Media Literasi bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z di Jakarta* (2018), yang menegaskan bahwa kemampuan mengelola stress dan

⁷⁹ Helianti Utami and Sri Pujiningsih, "Membangun Generasi Muda yang Mampu Melewati Masa Pandemi dengan Menjaga Kesehatan Mental," *Jurnal KARINOV* 5, no. 1 (November 27, 2021): 18, <https://doi.org/10.17977/um045v5i1p%p>.

mencapai gaya hidup yang sehat semakin menurun dari generasi ke generasi.⁸⁰

Ditambah lagi pada kenyataan bahwa sebagian dari generasi Y dan Z berada di usia 20 tahun keatas, dimana di masa tersebut rentan mengalami *Quarter Life Qrisis/Krisis* identitas, dimana menurut pandangan Fischer (2008) *Quarter Life Qrisis* merupakan perasaan yang rentan dialami di usia sekitar 20-an, seperti perasaan khawatir yang hadir atas ketidakpastian hidup yang terkait dengan karir, relasi maupun kehidupan sosial di masyarakat.⁸¹ Diperparah dengan adanya media sosial yang menampilkan kehidupan serba menyenangkan yang ditampilkan oleh *public figure* maupun *influncer* di media sosial yang bisa menimbulkan perasaan *insecure* dan juga *anxiety* bagi generasi Y dan Z, apabila belum mencapai hal-hal yang menjadi standar hidup masyarakat.

Kemudian persoalan lainnya minimnya literasi digital yang kemudian memunculkan persoalan-persoalan lain. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) literasi digital diartikan sebagai kemampuan memahami informasi berbasis komputer.⁸² Paul Giltser (1997) mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk menggunakan dan memahami informasi dalam beraneka macam bentuk dari sumber-sumber yang ada di piranti komputer.⁸³ Zhi Jiang Liu (2020), literasi digital merupakan ketrampilan yang bercirikan kemampuan dalam mengkategorikan, melokalisasi dan mensistematisasi, kemudian menilai dan menganalisis informasi menggunakan teknologi digital.⁸⁴

⁸⁰ Nur Rakhmah, "Gen Z Dominan, Apa Maksudnya Bagi Pendidikan Kita?"

⁸¹ Alfiesyahrianta Habibie, Nandy Agustin Syakarofath, and Zainul Anwar, "Peran Religiusitas terhadap Quarter-Life Crisis (QLC) pada Mahasiswa," *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 5, no. 2 (October 30, 2019): 130.

⁸² "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed April 5, 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Literasi%20Digital>.

⁸³ Admin GLN, "Buku Literasi Digital | Gerakan Literasi Nasional," accessed April 5, 2022, <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-digital/>.

⁸⁴ Zhi-Jiang Liu et al., "Digital Literacy and Digital Didactics as the Basis for New Learning Models Development," *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)* 15, no. 14 (July 31, 2020): 14, <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i14.14669>.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa literasi digital merupakan kemampuan atau keterampilan dalam memahami, menilai dan melakukan evaluasi terhadap informasi yang ada di dunia digital. Melihat kenyataan bahwa literasi digital di Indonesia masih sangat rendah, seperti halnya minat baca masyarakat Indonesia, tidak mengherankan maraknya berita bohong (*hoax*) yang bisa kita temukan di media sosial, seperti berita *hoax* mengenai vaksin yang belakangan marak di tengah situasi pandemi Covid19. Belum lagi konten-konten *Un-faedah*, seperti konten yang menampilkan hal yang berbau pornografi, video seksi dan sebagainya yang banyak bermunculan di media sosial. Ketidakmampuan dalam menerima dan memproses informasi di internet dengan bijak bisa menimbulkan persoalan lainnya seperti degradasi moral. Mengingat internet menawarkan kebebasan di dunia maya, dunia dimana kita bisa memiliki identitas baru tanpa diketahui oleh orang lain.

Belum lagi meningkatnya kasus kejahatan di internet (*cybercrime*), kasus yang banyak terjadi diantaranya kasus pinjaman online, kasus pornografi online, *hate speech* (ujaran kebencian), dan baru-baru ini kasus penipuan online yang melibatkan *influencer* ternama dari kalangan anak muda terkait *affiliator* investasi yang menjadi perbincangan di internet.

Hal yang demikian menunjukkan degradasi moral akibat adanya internet, di tengah banyaknya manfaat yang bisa didapat, terdapat juga sisi gelap yang tidak bisa dipungkiri. Yang dimaksud dengan degradasi moral adalah menurunnya kesadaran dalam bertindak laku sesuai dengan aturan yang diakibatkan oleh kurangnya kesadaran akan taat terhadap hukum yang berlaku baik hukum yang tertulis maupun yang tidak tertulis, yang berupa nilai (*value*) yang ada di masyarakat. Lickona dalam Maisari (2013) mengemukakan sepuluh tanda degradasi moral: 1) Meningkatnya kekerasan pada remaja, 2) Penggunaan kata-kata yang memburuk, 3) Meningkatnya penggunaan narkoba, alkohol dan seks bebas, 4) Kaburnya batasan moral baik & buruk, 5) Rendahnya rasa hormat terhadap guru dan

orang tua, 6) Rendahnya tanggungjawab baik sebagai individu maupun warga negara, 7) Kuatnya pengaruh rekan kelompok dalam tindak kekerasan, 8) Menurunnya etos kerja, 9) Terdapat kecurigaan dan kebencian terhadap sesama, 10) Membudayanya ketidakjujuran.⁸⁵ Tanda-tanda diatas bisa kita temukan di internet, terutama di media sosial. Hal tersebut menandakan bahwa degradasi moral merupakan realita dan persoalan nyata yang harus dihadapi, terutama oleh generasi Y dan Z.

C. Urgensi Dakwahtainment di Kalangan Generasi Y dan Z

Berbagai kemudahan dan juga kebebasan yang ditawarkan oleh media sosial tidak hanya menimbulkan dampak positif, terdapat juga dampak negatif seperti dua buah mata pisau yang tidak bisa dipisahkan. *Tren* terkini dan persoalan-persoalan seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya menjadi realitas yang harus dihadapi dewasa ini, salah satunya adalah dengan jalan dakwah. Sebagai umat muslim kita memiliki pedoman dalam menjalani kehidupan dengan berbagai persoalan di dalamnya yakni Al-Qur'an dan As-Sunah. Namun pada kenyataannya tidak banyak orang yang menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, termasuk generasi muda, yang tergolong ke dalam generasi Y dan Z. Kemudian fakta bahwa akses terhadap pengetahuan keislaman yang berbeda-beda terhadap setiap orang membuat dakwah menjadi perlu dilakukan melalui media yang banyak digunakan saat ini.

Pengetahuan keislaman orang yang tinggal di lingkungan dengan nilai keislaman yang kental sejak kecil tentu akan berbeda dengan pengetahuan keislaman orang yang tinggal di lingkungan biasa, yang pengetahuan keislamannya hanya didapat dari pelajaran agama islam yang hanya berkisar satu atau dua jam di bangku sekolah atau dari keluarga dan lingkungan sekitar yang tidak jauh berbeda pengetahuannya. Belum lagi

⁸⁵ Nurbaiti Marufah, Hayatul Khairul Rahmat, and I. Dewa Ketut Kerta Widana, "Degradasi Moral Sebagai Dampak Kejahatan Siber Pada Generasi Millennial Di Indonesia," *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 7, no. 1 (April 15, 2020): 193–94, <https://doi.org/10.31604/jips.v7i1.2020.191-201>.

tidak semua orang berminat mengikuti pengajian di masjid atau majelis ilmu, tempat dimana dakwah biasa disampaikan, yang bisa memakan waktu berjam-jam, terutama generasi Y dan Z yang lebih banyak menghabiskan waktunya di internet. Hal yang demikian menjadi tantangan tersendiri bagi pendakwah (*da'i*) dalam menyebarkan ajaran islam agar bisa menjangkau semua orang. Kehidupan sosial manusia dengan segala tuntutan nya menjadi tantangan tersendiri yang harus dihadapi oleh setiap individu, yang terkadang membuat lupa terhadap hakikat sejati manusia yakni sebagai khalifah di muka bumi. Urgensi dakwah semakin diperlukan ketika manusia modern mulai melupakan tujuan hidupnya.⁸⁶

Sebagai khalifah di muka bumi manusia membutuhkan pedoman dalam menjalani hidup, dan dakwah menjadi jalan untuk menunjukkan hal yang baik dan benar. Sejalan dengan perubahan dan perkembangan zaman, cara menyampaikan dakwah tentu mengalami perubahan. Hal tersebut bisa terjadi mengingat fakta bahwa perubahan dan perkembangan zaman berdampak pada perubahan kondisi mad'u yang kemudian juga membuat tantangan dan kebutuhan dalam berdakwahpun berubah sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemudian kondisi sosial budaya pada kenyataannya selalu berubah dan berkembang, hal tersebut juga membuat komponen dakwah yang terkait dengan perubahan dan pembangunan memerlukan penyesuaian, dan pengarahan ke arah yang lebih baik. Meskipun Al-Qur'an sebagai rujukan dakwah merupakan teks final, pada kenyataannya manusia terus berkembang. Kebutuhan dan tantangan yang dihadapi juga tidak akan berakhir. Untuk menjawab tantangan di masa depan para *da'i* dituntut untuk memiliki sikap yang kreatif dan inovatif dalam berijtihad. Dakwah akrab dengan teori-teori perubahan sosial yang mengasumsikan adanya *progress* (kemajuan) di masyarakat. Gagasan mengenai kemajuan (*idea of progress*) muncul akibat kesadaran manusia akan diri sendiri dan alam sekitarnya. Dalam konteks yang demikian realitas aktivitas dakwah dihadapkan pada nilai-

⁸⁶ Al-Munawar, *Metode Dakwah*, 30.

nilai kemajuan yang perlu ditanggapi, dinilai, dikembangkan dan diarahkan kearah yang lebih baik. Visi dan misi dakwah perlu dikembangkan sesuai dengan kemajuan dan perkembangan zaman.⁸⁷

Kehidupan di bumi selalu berubah begitu juga penghuninya, satu generasi akan menghilang kemudian digantikan oleh generasi berikutnya. Tiap generasi tentunya memiliki karakteristik yang berbeda sesuai dengan zamannya, sehingga kebutuhan dan cara penyampaian dakwah tentunya juga berubah menyesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Dakwah melalui berbagai media yang ada saat ini sudah banyak dilakukan. Jika sebelumnya kita biasa menemukan dakwah melalui media tradisional seperti radio, tabloid, majalah atau televisi, sekarang ini lebih banyak lagi media yang bisa dimanfaatkan untuk berdakwah dengan adanya internet. Berdasarkan riset situs Techinasia (Enriko) menyebutkan perubahan dari media tradisional menuju media online. Sekarang ini radio, tabloid dan majalah saat ini tidak lagi menjadi pusat perhatian dibandingkan televisi dan internet, dan dibandingkan televisi koresponden lebih banyak mengakses internet.⁸⁸

Fakta menyebutkan perubahan dan perkembangan media dan teknologi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari manusia modern saat ini. Hal yang demikian membuat dakwah yang semula hanya dilakukan di masjid, pesantren, atau majelis-majelis pengajian, menjadi dilakukan melalui berbagai media yang ada saat ini, termasuk melalui media online yang bisa diakses dengan internet. Media sosial merupakan media online yang banyak diakses saat ini, terutama oleh generasi Y dan Z sebagai pengguna mayoritasnya.

Kemudian dalam pelaksanaannya dakwah menggunakan metode dan media yang menyesuaikan dengan perubahan dan perkembangan terkini, yang didasarkan pada prinsip-prinsip berikut: 1) Pengembangan metode *bi al-lisan* dan *bi al-amal* sesuai dengan tantangan dan kebutuhan,

⁸⁷ Asep Muhyiddin and Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 71–72.

⁸⁸ Rofahan et al., *Media Sosial: Masa Depan Media Komunitas?*, 9.

2) Mempertimbangkan media dan metode yang sesuai dengan tantangan perkembangan zaman, 3) Memilih media dan metode yang relevan, 4) Mengembangkan media atau metode yang kultural dan struktural yakni pranata sosial, seni, karya budaya atau wisata alam, 5) Mempertimbangkan struktur sosial dalam kadar intelektual yakni *khawas*, *awam* dan yang menentang, 6) Mempertimbangkan struktur dan tingkatan masyarakat dari segi geografis, sosiologis, demografis politis, ekonomis, antropologis, 7) Mengembangkan dan mengakomodasikan seni budaya lokal yang relevan seperti wayang, musik dll, 8) Mempertimbangkan dan mengkaji metode pendekatan spiritual seperti shalat, doa, silaturahmi.⁸⁹

Dakwahtainment menjadi cara berdakwah yang relevan dengan prinsip-prinsip di atas, *dakwahtainment* merupakan sebuah konsep yang menggabungkan dakwah dan hiburan. Praktek *dakwahtainment* pada dasarnya sudah biasa kita temukan, bahkan dalam dakwah tradisional yang dilalukan pendakwah (*da'i*) dari mimbar ke mimbar. Dakwah yang diselingi dengan candaan dan guyonan yang disampaikan oleh ustad-ustad di masjid atau juga majelis ilmu. Kemudian mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi *dakwahtainment* mulai populer dilakukan di media televisi melalui program religi yang ditayangkannya. Selanjutnya di masa kini penggunaan media televisi yang mulai tergantikan oleh media lain membuat praktek *dakwahtainment* kembali membutuhkan penyesuaian, mengingat media sosial yang merupakan media yang populer saat ini memiliki karakteristik yang berbeda. Namun keberadaan *dakwahtainment* dalam kegiatan berdakwah masih tetap ada, meskipun media yang digunakan berbeda.

Konsep *dakwahtainment* yang menggabungkan dakwah dan hiburan bersifat *universal* dan *adaptif*, artinya bisa digunakan untuk berdakwah kepada semua kalangan dengan berbagai pranata sosial, dan juga bisa melampaui berbagai zaman. Karena pada dasarnya semua orang dalam pranata sosial manapun atau di zaman apapun membutuhkan

⁸⁹ Muhyiddin and Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, 139.

hiburan dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya. Sehingga konsep *dakwahtainment* mudah diterima oleh siapapun. Hanya saja dalam pelaksanaannya diperlukan kehati-hatian dalam menggabungkan dakwah yang mengandung ajaran islam dan hiburan, tidak semua hiburan bisa disandingkan dengan dakwah. Tuntunan bisa menjadi tontonan, akan tetapi tidak semua tontonan bisa dijadikan sebagai tuntunan.

Sebagai media online yang populer saat ini, media sosial banyak digunakan oleh generasi muda, yakni generasi Y dan Z. Sehingga praktek dakwah di media sosial menjadi hal yang lumrah kita temui melalui berbagai aplikasi populer yang tersedia saat ini. Sebagai contoh melalui *platform* penyedia video youtube. Di youtube kita bisa dengan mudah menemukan konten dakwah. Konten dakwah menjadi salah satu konten yang populer di youtube meskipun masih kalah jika dibandingkan dengan konten hiburan lainnya. Hal yang demikian bisa terjadi karena adanya konsep *dakwahtainment* yang juga bisa ditemukan di video-video dakwah yang bisa diakses di youtube. Dikarenakan hal tersebut keberadaan *dakwahtainment* sebagai konsep dakwah patut dipertimbangkan digunakan sebagai metode dakwah di media sosial saat ini.

D. Peluang dan Tantangan *Dakwahtainment* di Era Digital

Media sosial, salah satunya youtube memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya yaitu: Jaringan (*Network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi sosial (*Simulation of society*), dan Konten oleh pengguna (*User-Generated Content*).⁹⁰ Karakteristik yang demikian bisa menjadi peluang tersendiri dalam memaksimalkan dakwah. Media sosial menawarkan kehidupan baru pada penggunaannya dengan karakteristiknya yakni mampu membentuk jaringan yang luas tanpa batasan bahkan kita mampu mengetahui kehidupan orang terkenal melalui sosial media yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya. Media sosial juga memudahkan dalam

⁹⁰ Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi)*, 16.

mengakses informasi di era ini dengan adanya teknologi, informasi sendiri merupakan dasar dalam beraktifitas sehari-hari.

Kemudian melalui media sosial penggunanya juga bisa mengarsipkan kegiatan dan aktifitas dan tidak akan hilang dari waktu ke waktu, seperti mengarsipkan foto dan sebagai kenangan di media sosial. Hal yang ditawarkan media sosial lainnya adalah interaksi yang bisa dilakukan oleh sesama pengguna, sebagai contoh kita menggunakan media sosial youtube untuk mencari informasi bagaimana cara memasak kue tanpa oven, kemudian kita menemukan tutorialnya di youtube dan karena senang kita meninggalkan tanda suka dan komentar di video, dan kemudian pemilik video merasa senang dengan komentar kita yang mengatakan videonya bermanfaat. Selanjutnya media sosial mejadi tempat dimana berlangsungnya kehidupan sosial secara *virtual* dimana kejadian yang terjadi di media sosial mendekati realitas sosial di kehidupan yang sebenarnya.

Kusuwata dan Suryakusumah (1999) Rasulullah SAW sangat menekankan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai media yang dapat memudahkan manusia dalam melakukan komunikasi baik dengan dirinya sendiri, sesamanya, maupun Tuhannya. Hal tersebut direalisasikan oleh Rasulullah SAW setelah Perang Hudaibiyah di tahun 6 Hijriah, beliau merintis pembuatan media komunikasi (*da'wah bi al qalam*) dengan menulis banyak surat kepada raja-raja sebagai seruan agar mereka segera memeluk islam. Sebagai bentuk legalisasi Rasulullah membuat stempel berbentuk cincin dari perak yang berbunyi "*muhammadarasulullah*". Tim pencatat dan pelapor adalah para sahabat yang selalu setia mendampingi, yang hasilnya seperti yang kita ketahui ratusan ribu hadits yang berhasil dicatat oleh perawi hadits. Hadits sendiri secara etimologis diartikan sebagai berita, warta, kabar, kejadian. Sedangkan ilmu hadits merupakan ilmu yang mempelajari tentang berita-berita peristiwa yang berkaitan dengan diri Rasulullah SAW. Hal tersebut

merupakan dasar media komunikasi selain Al-Qur'an. Seperti Sabda Rasulullah SAW yang berbunyi:⁹¹

“Sesungguhnya yang pertama diciptakan Allah SWT adalah Al-Qalam, kemudian Allah menjadikan Nun, yakni tinta. Lalu Allah berkata kepadanya, “Tulislah”. Al-Qalam Bertanya, “Apa yang harus kutulis”. Allah berfirman, “Tulislah apa yang telah terjadi dan apa yang akan terjadi sampai hari kiamat, baik perbuatan, peninggalan, maupun pemberian. Lalu Al-Qalam pun menulis apa yang telah terjadi sampai Hari kiamat. Itulah maksud Allah dalam ayat: Nun, perhatikanlah qalam dan apa yang dituliskannya.”

Dalam hal berdakwah media karakteristik media sosial mendukung penyampaian dakwah tersampaikan kepada *mad'u* secara efektif dan efisien. Jaringan yang luas dan kemudahan akses informasi yang menjadi karakteristik media sosial akan memberikan peluang bagi dakwah yang lebih menyeluruh. Kemudian di media sosial kita bisa mengarsipkan foto atau video dengan mudah, dengan demikian pendakwah (*da'i*) mendapatkan kemudahan dalam efisiensi waktu dan tenaga. Cukup merekam video/ membuat unggahan sekali di media sosial, akan tetapi bisa dilihat berulang kali dan oleh banyak pengguna media sosial. Kemudahan terkait efisiensi waktu dan tenaga juga bisa didapatkan oleh *mad'u* dikarenakan tidak perlu bepergian, cukup dengan mengakses konten dakwah melalui internet. Interaktivitas yang ditawarkan oleh media sosial juga menjadi nilai tambah sebagai media dakwah yang tidak dimiliki media tradisional.

Keberadaan dakwah di media sosial bisa mendekati realitas dakwah di dunia nyata, mengingat karakteristik media sosial sebagai simulasi sosial. Penyampaian dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan juga media, seperti halnya yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Hal-hal terkait dengan aktivitas dakwah Rasulullah kemudian

⁹¹ Ellys Lestari Pambayun, *Communication Quotient (Kecerdasan Komunikasi Dalam Pendekatan Emosional Dan Spiritual)* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 460–61.

dicatat dan dirangkum oleh para perawi hadits yang kemudian menjadi pedoman hingga saat ini. Tidak lagi seperti di masa Rasulullah SAW yang harus menulis dan mencatat, media komunikasi saat ini telah banyak berkembang. Dakwah di media sosial dapat meninggalkan jejak digital yang bisa menjadi catatan untuk generasi yang akan datang. Perubahan dan perkembangan teknologi menjadi bukti bahwa manusia senantiasa membaca peluang dan tantangan di setiap zaman.

Hanya saja terdapat tantangan tersendiri dalam melakukan dakwah di saat ini, terutama di media sosial. Media sosial memiliki karakteristik *User generated content (UGC)*. Media sosial termasuk youtube yang juga menjadi platform penyedia video dakwah memiliki karakteristik yang disebut dengan *user generated content (UGC)*, yang artinya konten sepenuhnya berdasarkan pada pengguna dan pemilik akun. Konten oleh pengguna merupakan penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten saja akan tetapi juga mengonsumsi konten yang dibuat oleh pengguna lain. Hal tersebut merupakan kata kunci yang menjelaskan media sosial sebagai media baru (*New Media*) dan juga teknologi dalam web 2.0, sebuah teknologi yang memungkinkan terjadinya produksi dan sirkulasi konten yang sifatnya massa dari pengguna yakni *user generated content (UGC)*.⁹²

Dengan demikian para pendakwah (*da'i*) ketika sudah merambah dakwah di media sosial mereka bukan hanya sebagai pembuat konten saja akan tetapi juga sebagai konsumen konten, sehingga apapun yang ada di media sosial baik itu positif atau negatif juga tidak lepas dari mereka sebagai konsumen. Kemudian media sosial menampilkan apa yang dicari penggunanya, hal-hal yang menarik perhatian pengguna media sosial dapat menjadi daya tarik tersendiri dari sebuah konten. Kreatifitas dan hal unik dalam konten akan membuat sebuah konten di media sosial ramai dikunjungi. *Dakwahtainment* menjadi konsep dakwah yang *adaptif*, sehingga berpeluang membuat konten dakwah banyak diminati di media

⁹² Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositoteknologi)*, 31–32.

sosial. Namun tentu saja terdapat tantangan tersendiri diantaranya terkait etika dan norma dalam berdakwah. Sehingga pelaku dakwah harus lebih kreatif sekaligus berhati-hati dalam berdakwah.

Youtube menjadi salah satu media sosial yang menjadi gambaran realitas sosial dalam kehidupan masyarakat. Melalui youtube kita dapat mengetahui hal –hal yang terjadi belakangan ini, terutama melalui layanan *trending* yang disediakan oleh youtube. Youtube sebagai media sosial memanjakan penggunanya dengan berbagai macam layanannya, termasuk dalam hal membagikan informasi, kita bisa dengan mudah saling membagikan informasi (video) yang kita dapatkan di youtube dan membagikannya melalui youtube maupun platform media sosial lainnya melalui *link* yang dapat dibagikan, hal tersebut menunjukkan youtube juga merupakan media *sharing*. Sebagai media *sharing* youtube memudahkan pendakwah (*da'i*) dalam menyampaikan dakwahnya, terlebih youtube merupakan salah satu platform penyedia video populer saat ini. Melalui youtube kita bisa mengakses konten dakwah dengan mudah melalui berbagai macam *channel* dakwah salah satunya VDVC Religi.

Indonesia saat ini didominasi oleh penduduk usia muda dimana tingkat kepemimpinan saat ini dipegang oleh generasi Y dan Z. Fakta bahwa dominasi aktivitas generasi Y dan Z berada di internet membuat dakwah juga perlu menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Memanfaatkan media sosial, salah satunya youtube sebagai media dakwah menjadi hal perlu dilakukan. Dikarenakan peluang yang ditawarkan kemudahan akses kepada *mad'u*, efisiensi waktu, dan juga keterkaitan media sosial yang erat dengan *mad'u*.

Kebutuhan masyarakat akan penguatan aspek spiritual menimbulkan dampak terciptanya berbagai inovasi metode dakwah yang paling efektif dan mampu menjawab kebutuhan. Dakwah menjadi jalan untuk membimbing umat untuk menumbuhkan kesadaran keagamaan sehingga dalam menjalankan ajaran agama umat lebih bijaksana dan memberikan kontribusi yang konstruktif bagi kehidupan masyarakat,

termasuk dengan menggunakan metode *dakwahtainment*. Dakwah dengan pengelolaan yang baik akan memberikan nuansa keagamaan dan membentuk pribadi cerdas yang berakhlak mulia dan berkarakter positif. Dalam kajian ilmu komunikasi penyampaian ajaran islam melalui dakwah dapat dilaksanakan dengan cara damai dan bijaksana, dengan demikian penggunaan media dalam menjalankan dakwah tepat dilakukan. Akan sangat sulit apabila dakwah dilakukan hanya dengan cara konvensional, dakwah dari mimbar ke mimbar, hal yang demikian akan membuat terbatasnya perkembangan dan kemajuan islam.⁹³

Saat ini pemanfaatan teknologi merupakan akibat dari adanya modernisasi. Dengan adanya perubahan dan perkembangan teknologi perubahan pola kehidupan di masyarakat menjadi suatu hal yang tidak bisa dihindari. Perubahan yang mengarah pada perilaku *hedonisme*, *konsumerisme*, *kapitalisme*, *individualisme* tentunya membutuhkan perhatian serius dari para pendakwah (*da'i*), berkaitan dengan konteks ini memunculkan teknik baru dalam berdakwah, salah satunya *dakwahtainment*.⁹⁴ *Dakwahtainment* saat ini menjadi metode dakwah yang banyak dilakukan, baik melalui media konvensional maupun media kekinian seperti media sosial. Praktek *dakwahtainment* di media sosial terutama di youtube ditampilkan dalam video dengan durasi yang lebih singkat dibandingkan dengan tayangan televisi. Kemudian format video yang ditawarkan juga beragam tergantung dari *channel* youtube yang memproduksi video. Sebagai contoh: *channel* youtube VDVC Religi menampilkan konten dakwah dengan format *social experiment* dan *reaction video*.

Hal yang disayangkan *dakwahtainment* sebagai media dakwah adalah elemen-elemen yang terlibat di dalamnya justru mengikis moral masyarakat dikarenakan minimnya tauladan yang ditampilkan oleh orang-orang yang terlibat serta esensi materi dakwah yang disampaikan oleh *da'i*

⁹³ Nur Ahmad, "Keterbukaan Dakwahtainment Sebagai Media Dakwah" 2 (2014): 18.

⁹⁴ Nur Ahmad, "Rekonstruksi Dakwahtainment Sebagai Media Dakwah," *Jurnal Dakwah STAIN Kudus* 19, no. 2 (2018): 117, <https://doi.org/10.14421/jd.2018.19201>.

tidak terpenuhi, hal tersebut dikarenakan banyaknya faktor yang sifatnya materialistis dan kapitalis budaya pertelevisian, radio maupun media elektronik yang ada di Indonesia saat ini.⁹⁵ Meskipun demikian *dakwahtainment* sebagai media dakwah berpeluang menciptakan *tren* dakwah di media sosial, terutama di kalangan generasi muda. Terlepas dari problematika *dakwahtainment*, yang terpenting dari melaksanakan dakwah adalah niat seorang pelaku dakwah (da'i) dalam menyerukan ajaran islam. Seperti dalam hadits riwayat Bukhari Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ حَنْبَلٍ قَالَ حَدَّثَنَا سُوْفْيَانُ قَالَ حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ سَعِيدٍ الْأَنْصَارِيُّ قَالَ أَخْبَرَنِي مُحَمَّدُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ التَّيْمِيُّ أَنَّهُ سَمِعَ عَلْقَمَةَ بْنَ وَقَّاصِ اللَّيْثِيِّ يَقُولُ سَمِعْتُ عُمَرَ بْنَ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَلَى الْمِنْبَرِ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى دُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ إِلَى امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهَا (صحيح البخاري : ١)

Yang Artinya: Telah menceritakan kepada kami (Al Humaidi Abdullah bin Az Zubair) dia berkata, telah menceritakan kepada kami (Sufyan) yang berkata bahwa telah menceritakan kepada kami (Yahya bin Sa'id Al Anshari) berkata, telah mengabarkan kepada kami (Muhammad bin Ibrahim At Taimi), bahwa dia pernah mendengar (Alqamah bin Waqash Al Laitsi) berkata: saya pernah mendengar (Umar bin Al Khatab) di atas mimbar berkata, saya mendengar Rasulullah SAW bersabda: "Semua perbuatan tergantung niatnya, dan (balasan) bagi tiap-tiap orang (tergantung) apa yang diniatkan: Barangsiapa niat hijrahnya karena dunia yang ingin digapainya atau karena seorang perempuan yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya adalah kepada apa yang diniatkan" (Shahih Bukhari:1)⁹⁶

⁹⁵ Nur Ahmad, "Problematika Dakwahtainment di Media Dakwah," *AT-TABSYYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 5, no. 2 (December 26, 2017): 230, <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v5i2.3375>.

⁹⁶ "Ensiklopedi Hadits," accessed May 13, 2022, <http://lib.uinsaizu.ac.id:8080/alhasir/#>.

Niat dalam berdakwah di jalan Allah menjadi pondasi utama pendakwah (*Da'i*), dalam menjalankan aktivitas dakwah di media sosial. Mengingat di media sosial terdapat banyak kemungkinan dengan berbagai realitas dan persoalan yang ada.

E. Penyajian Data Konten Dakwah dan Analisis Video Program “Kata Ustadz” di Channel Youtube religiOne/VDVC Religi

Penyajian data video konten dakwah program “Kata Ustadz” Season 1, 2, & 4. Video-video yang dianalisis merupakan video dengan jumlah *like* dan penayangan terbanyak yang diambil per season. Terdapat 22 video dengan rincian 6 video season 1, 10 video season 2, dan 6 video season 4. Season 2 mendapatkan jumlah alokasi video yang lebih banyak dikarenakan video season 2 lebih banyak dibandingkan season lainnya dan juga terdapat video “Kata Ustadz” yang merupakan kerjasama kegiatan *offline* bersama dengan Kitabisa.com yakni “30 hari Membuka Pintu Surga”.

1. Penyajian Data Konten Dakwah Program Kata Ustadz di Channel Youtube VDVC Religi

Tabel 4.1: Kategori Video Program “Kata Ustadz” Berdasarkan Topik/Tema

No	Tema/ Topik	Judul Video	Pesan Dakwah	Jumlah Video
1.	Nafsu	Ketika Ditanya Soal Nafsu, Jawabannya Kacau Semua.	Akhlak	3
		Kapan Terakhir Masturbasi? Jawabannya Bikin Ustad Tercengang		
		WOW!! Ternyata Anak Muda Sering Horn1 Saat Hujan		
2	Zina	Dua Orang Ditanya Pengalaman Mereka Saat Ciuman	Akhlak & Syariah	3
		Ditanya Soal Zina ,Jawaban Anak Muda Bikin Syok		

		Ditanya Pacaran Pernah Ngapain Aja, Jawabannya Bikin Melongo		
3	Aurat/ Hijab	Kenapa Belum Nutup Aurat, Ini Jawaban Mereka	Aqidah & Syariah	3
		Ditantang Suruh Pakai Hijab, Begini Reaksi Mereka		
		23 Anak Muda Ditantang Joget Tiktok, Begini Kemampuan Mereka	Akhlak	
4.	Nikah	Ditanya Soal Nikah Muda, Ini Jawaban Mereka	Syariah	2
		Ditanya Pandangan Soal Menikah Beda Agama, Ini Jawaban Mereka...	Aqidah & Syariah	
5.	Rezeki & Sedekah	Perbesar Gajimu Lewat Cara yang Halal! Kata Ustadz x Katabisa.com	Syariah	2
		Pentingnya Sedekah Jariah Untuk Investasi di Akhirat! Kata Ustadz x Katabisa.com		
6.	Azab Kubur	Dikasih Liat Azab Kubur,Ini Reaksi Mereka	Aqidah	1
7.	Rukun Iman	Ketika Anak Muda Di Tes Pengetahuannya Soal Nabi	Aqidah	2
		Apa Hal Terakhir Yang Ingin Lo Lakukan Sebelum Ajal		
8.	Bersuci & Sholat	Yakin Wudhu Lu Udah bener?	Syariah (Ibadah)	4
		Giliran Ditanya Sholat, Ini Jawaban Anak Muda Zaman Sekarang		
		Kacau!Anak Muda Tes Bacaan Iftitah & I'tidal, Banyak Yang Salah		
		Ketika Anak Muda Disuruh Adzan dan Qomat		

9.	Pengetahuan Islam / Ngaji	Disuruh Ngaji, Ini Reaksi Anak Muda Zaman Sekarang	Aqidah & Syariah	2
		Gawat! Masih Banyak yang Salah Saat Ditanya Pengetahuan Islam		

2. Analisis Video Program “Kata Ustadz” Channel Youtube VDVC Religi

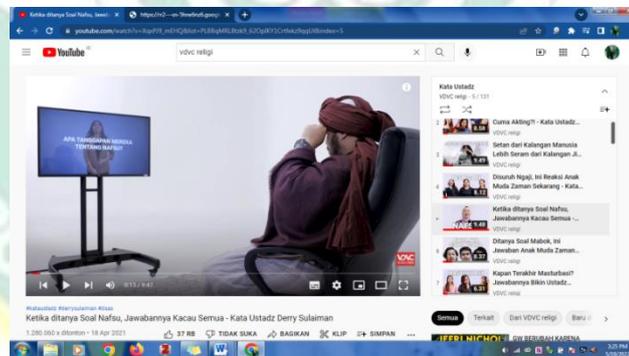
a) Kategori Tema/ Topik “Nafsu”

Video 1

Judul: *Ketika Ditanya Soal Nafsu, Jawaban Anak Muda Kacau Semua*

Link: https://youtu.be/XqxPJ9_mEHQ

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 18 April 2021 dan telah ditonton sebanyak 1.300.885 dengan 38.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 48 detik (Q&A: 5 menit, Dakwah: 4 menit, 48 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai nafsu. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 11 :Video Kata Ustad Season 1 (Ketika Ditanya Soal Nafsu, Jawaban Anak Muda Kacau Semua)

a. Rangkuman Video

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata Ustadz” mengenai nafsu. Para talent ditanya mengenai apa yang ada dipikiran para talent ketika mendengar kata nafsu, jawaban mereka diantaranya yaitu, wanita, seks, dan ada yang menanggapi dengan berbalik bertanya menanyakan nafsu dalam konteks

apa. Kemudian mereka ditanya apa mereka pernah merasakan nafsu dan penyebabnya, semua talent menjawab pernah namun penyebabnya bervariasi seperti nasi padang, wanita, nafsu karena dipancing, cowo sixpack, lee min hoo, lihat bibir, mabuk, ada bagian tubuh yang disentuh, sebagian besar mengarah pada hal yang kurang baik. Selanjutnya mereka ditanya apa yang dilakukan untuk mengatasi nafsu, ada yang menjawab diluapkan, ada yang menjawab ditahan, dan tidak melakukan apa-apa, ada juga yang menjawab mengambil air wudhu.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon talent ketika ditanya mengenai nafsu, menurutnya sebagian besar talent ketika ditanya mengenai nafsu jawaban yang diberikan lebih mengarah kepada hal negatif. Dalam dakwahnya Ustad Derry Sulaiman menyampaikan bahwa nafsu manusia terdapat 3 jenis: 1) *Nafsu amarah*, yakni syahwat yang membuat orang berbuat maksiat dan dosa, 2) *Nafsu Lawwamah*, nafsu yang muncul ketika seseorang telah melakukan kesalahan dan menyesalinya dan ada keinginan untuk bertaubat, 3) *Nafsu Mutmainnah*, yakni nafsu jiwa-jiwa yang tenang, jiwa yang telah menemukan jati dirinya, sehingga orang-orang yang memiliki nafsu ini akan mengarahkan bisikan syahwatnya kearah kebaikan. Tidak salah ketika seseorang memiliki syahwat kepada wanita, solusi untuk hal tersebut dengan melakukan pernikahan, sehingga ketika melakukan hal yang tadinya dosa ketika sudah menikah menjadi pahala. Kemudian ketika seseorang ingin kaya raya dan memupuk harta, dengan adanya nafsu mutmainnah maka akan diarahkan bukan hanya untuk kebutuhan di dunia akan tetapi juga akhirat.

b. Analisis Video:

- *Define Problems* (Pendefinisian Masalah):

Di masa kini di tengah pergaulan bebas dan juga berbagai fenomena yang ada di internet, banyak orang yang ketika mendengar kata nafsu mengarah kepada hal yang negatif. Banyak juga yang memiliki pengendalian nafsu yang rendah. Dalam hal ini anak muda (Generasi Y dan Z) banyak menghabiskan waktunya di internet, sementara di internet saat

ini terutama media sosial akan sangat mudah ditemukan konten-konten yang tidak pantas. Beberapa realitas yang ditemukan seperti konten-konten yang mempertontonkan video seksi dan merangsang bahkan membuka aurat banyak dijumpai di media sosial yang banyak digunakan anak muda, seperti youtube, instagram, tik tok, facebook dll.

- *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Internet menawarkan kebebasan dan keterbukaan, bahkan kita bisa memiliki identitas baru di internet. Dengan mudah kita bisa mengakses berbagai informasi di internet. Namun tidak semua hal yang ada di internet merupakan hal yang baik, belakangan *tren* dan juga hal yang viral di internet terutama media sosial mengarah pada hal yang negatif. Banyak konten-konten *Un-faedah* yang menampilkan hal yang tidak pantas ada di media sosial. Hal yang demikian tentunya mempengaruhi anak muda (Generasi Y dan Z), karena tontonan juga mempengaruhi pola pikir dan juga perilaku seseorang.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Perkembangan teknologi dan internet bukan suatu hal yang baik atau buruk, akan tetapi keduanya. Jika digunakan dengan baik dan bijak tentu akan berdampak positif, namun jika digunakan untuk hal yang buruk tentu akan berdampak negatif. Seperti halnya nafsu yang ketika kita bisa mengarahkan kepada kebaikan tentu akan berdampak baik, namun ketika kita tidak bisa mengendalikannya dan cenderung mengarahkannya pada hal buruk tentu akan mengakibatkan hal buruk. Mengendalikan nafsu terutama di era digital saat ini sangat diperlukan, terlebih bagi anak muda (Generasi Y dan Z) yang hari-harinya tidak bisa terlepas dari internet dan sosial media. Di dalam Al-Qur'an dijelaskan terdapat 3 jenis: 1) *Nafsu amarah*, yakni syahwat yang membuat orang berbuat maksiat dan dosa, 2) *Nafsu Lawwamah*, nafsu yang muncul ketika seseorang telah melakukan kesalahan dan menyesalinya dan ada keinginan untuk bertaubat, 3) *Nafsu Mutmainnah*, yakni nafsu jiwa-jiwa yang tenang, jiwa yang telah menemukan jati dirinya, sehingga orang-orang yang memiliki nafsu ini akan

mengarahkan bisikan syahwatnya kearah kebaikan.

- *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Ustad Derry Sulaiman menyampaikan agar kita mengarahkan nafsu kearah kebaikan. Nafsu akan dunia adalah manusiawi, akan tetapi jangan sampai hanya tertuju pada dunia dan melupakan akhirat. Berbuat kesalahan dan melakukan maksiat adalah bukti nyata bahwa manusia adalah seorang manusia. Allah SWT menunjukkan sifat Rahman dengan memaafkan kesalahan yang diperbuat oleh manusia. Ketika kita terlanjur melakukan sebuah kesalahan, maka kita harus bertaubat dan mengarahkan nafsu kita kepada kebaikan. Tidak salah ketika memiliki nafsu terhadap lawan jenis, akan tetapi harus dengan cara yang benar, solusi atas hal tersebut dengan menikah. Karena dengan menikah hal yang ketika dilakukan sebelumnya akan menjadi dosa, setelah menikah akan menjadi pahala. Ustad Derry Sulaiman juga mengingatkan kita agar bertaubat, dan memohon ampun kepada Allah SWT sebelum ajal sampai kerongkongan. Air mata orang yang bertaubat bernilai mahal harganya, karena dapat memadamkan api neraka seluas samudera. Nafsu bisa merupakan hal baik, bisa juga merupakan hal buruk. Beliau juga berpesan agar kita mengarahkan fikiran kita yang tadinya hanya tentang dunia menjadi akhirat, yang tadinya bermaksiat menjadi taat, kemudian yang tadinya mengharapkan ridha manusia menjadi mengharapkan ridha Allah SWT.

Video 2

Judul: : Kapan Terakhir Masturbasi? Jawabannya Bikin Ustad Tercengang

Link: <https://youtu.be/EcSfppEmFjU>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 19 April 2021 dan telah ditonton sebanyak 2.129.931 dengan 57.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 6 menit 31 detik (Q&A: 3 menit 30 detik, Dakwah: 3 menit, 1 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai masturbasi. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan

meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 12 :Video Kata Ustadz Season 2 (Kapan Terakhir Masturbasi? Jawabannya Bikin Ustad Tercengang)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai masturbasi. Pertanyaan pertama mereka ditanya apa yang mereka ketahui mengenai masturbasi, respon mereka ada yang menjawab mengeluarkan mani, ena-ena tapi sendirian, c*li, ada juga yang heran, kaget dan juga beristighfar ditanya pertanyaan yang demikian. Selanjutnya mereka ditanya kapan terakhir kali melakukan masturbasi ada yang menjawab tadi malam, ada yang menjawab minggu kemarin, saat berumur 25 tahun, ada juga yang tidak bisa menjawab dan hanya tertawa dan menghela nafas.

Kemudian mereka ditanya saat masturbasi menggunakan tangan kanan atau kiri, ada yang menjawab menggunakan tangan kiri, tergantung kuku tangan mana yang pendek, ada juga yang menghela nafas dan heran dengan pertanyaan yang diajukan, ada juga yang tertawa, ada juga yang menjawab dengan emosi. Pertanyaan berikutnya mereka ditanya apa yang membuat mereka melakukan masturbasi, ada yang menjawab karena nafsu, melihat adegan yang seharusnya tidak ditonton dan sebagainya. Mereka juga ditanya apa yang dirasakan setelah melakukan masturbasi, ada yang merasa lega, tenang, lemas, ada juga yang merasa biasa saja, cenderung menyesal. Pesan yang para talent sampaikan kepada mereka yang melakukan masturbasi, ada yang berpesan untuk berhenti melakukan masturbasi

dikarenakan dosa, ada juga yang memberi saran setelah melakukan masturbasi segera mandi agar tidak *menskip* sholat.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai masturbasi. Dalam dakwahnya Ustad Taufiqurrahman menyampaikan bahwa terkait hukum masturbasi berdasarkan jumbuh ulama “*Ke Bekasi bersama mahrom, masturbasi harom*”, hal tersebut dijelaskan dalam Q.S Al-Mu’minun juz ke-18 ayat ke 5-7. Dimana Allah SWT menyebutkan bahwa kriteria orang-orang yang sukses adalah orang-orang yang beriman, yang diantaranya “*Li furujihim hafidzun*” orang yang menjaga kemaluannya, “*illa ‘alla azwajihim auma malakat aimanuhum fainnahum ghairu malumin*” kecuali terhadap istri-istri mereka atau hamba sahaya yang mereka miliki, dan barangsiapa mencari hal dibalik itu, zina dan sebagainya, mereka adalah orang-orang yang melampaui batas. Ustad Taufiqurrahman juga menyampaikan, ketika kita melanggar peraturan tersebut, dikarenakan hukumnya harom, maka jelas kita berdosa, terlebih di bulan Ramadhan.

Beliau juga mengingatkan jika saat kita berpuasa kemudian memikirkan/membayangkan kemudian melakukan masturbasi/onani maka puasa kita batal, dan juga Sayidina Ali mengatakan bahwa ketika berbuka dengan sebab masturbasi sekalipun membayar hutang sepanjang hidup maka tidak akan bisa menyamai fadilah sehari puasa di bulan Ramadhan. Bukan berarti kita tidak memiliki nafsu, hanya saja menempatkan nafsu di tempat yang benar. Ketika sudah menikah justru akan bernilai ibadah. Kemudian beliau juga menyampaikan bahwa melakukan masturbasi akan melemahkan hafalan, dan memberikan nasihat agar kita lebih menjaga diri kita dari hal-hal yang diharamkan.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Degradasi moral dan pergaulan bebas menjadi fenomena yang menjangkit anak muda (Generasi Y dan Z). Terlebih dengan adanya internet

yang juga menawarkan kebebasan di media sosial. Terdapat penurunan kesadaran dalam bertingkah laku dikalangan anak muda terlebih di media sosial. Maraknya penggunaan kata-kata atau istilah buruk yang bertebaran di internet, terutama di media sosial. Kemudian kaburnya batasan moral baik dan buruk, yang kemudian membuat banyak hal yang seharusnya menjadi topik perbincangan pribadi menjadi perbincangan publik. Seperti perbincangan terkait masturbasi/onani yang dibahas dalam video.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Banyak konten *Un-faedah* yang mengandung konten yang terlalu vulgar dan juga merangsang nafsu, belum lagi fyp video seksi yang kemudian banyak ditemukan di media sosial ataupun adegan yang terlalu vulgar dalam film, drama atau sinetron yang banyak menjadi hiburan anak muda. Kemudian menurunnya nilai moral dikalangan anak muda, dikarenakan tidak adanya batasan yang jelas di internet, terlebih internet merupakan jaringan global yang meliputi seluruh dunia. Dimana memungkinkan kita menemukan konten-konten yang terlalu “bebas” dan tidak sesuai dengan nilai, norma dan budaya yang kita miliki.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Masturbasi/Onani sekalipun dalam dunia kesehatan diperbolehkan dikarenakan memiliki manfaat, namun sebagai umat muslim berdasarkan jumhur ulama hal tersebut dilarang dan haram hukumnya. Hal tersebut dijelaskan dalam Q.S Al-Mu'minun juz ke-18 ayat ke 5-7. Dimana Allah SWT menyebutkan bahwa kriteria orang-orang yang sukses adalah orang-orang yang beriman, yang diantaranya “*Li furujihim hafidzun*” orang yang menjaga kemaluannya, “*illa ‘alla azwajihim auma malakat aimanuhum fainnahum ghairu malumin*” kecuali terhadap istri-istri mereka atau hamba sahaya yang mereka miliki, dan barangsiapa mencari hal dibalik itu, zina dan sebagainya, mereka adalah orang-orang yang melampaui batas.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman memberikan nasihat bahwa masturbasi dapat melemahkan hafalan, sehingga meminta kita agar menjaga diri kita dari hal-

hal yang diharamkan. Beliau juga mengingatkan bahwa Sayyidina Ali pernah berkata bahwa ketika seseorang berbuka karena masturbasi sekalipun membayar hutang sepanjang hidup maka tidak akan bisa menyamai fadilah sehari puasa di bulan Ramadhan, dan masturbasi bisa membatalkan puasa. Beliau juga meminta kita agar menempatan nafsu pada tempatnya dengan menikah, karena dengan menikah hal yang sebelumnya dilakukan berdosa akan bernilai ibadah ketika sudah menikah.

Video 3

Judul: *WOW!! Ternyata Anak Muda Sering Horn1 Saat Hujan*

Link: <https://youtu.be/AunYiux7QH4>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 28 April 2022 dan telah ditonton sebanyak 244.352 dengan 3.800 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 6 menit 41 detik (Q&A: 2 menit 50 detik, Dakwah: 3 menit, 31 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai horni. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 13 : Video Kata Ustadz Season 4 (WOW!! Ternyata Anak Muda Sering Horn1 Saat Hujan)

a. Rangkungan Video:

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai Horni. Para talent ditanya apakah mereka sering horni, banyak yang tidak bisa menjawab pertanyaan tersebut dan hanya tertawa, ada juga yang heran dan kaget ditanya pertanyaan seperti itu, ada juga yang menjawab tidak, ada juga yang

menjawab saat sedang menonton dan ada yang menjawab saat akan menstruasi dikarenakan libido tinggi. Pertanyaan berikutnya mereka ditanya apa yang membuat mereka merasa horni, ada yang menjawab karena minum minuman, ada yang menjawab karena tontonan, ada juga yang menjawab datang tiba-tiba dikarenakan fungsi tubuh. Kemudian mereka ditanya keadaan apa yang membuat mereka merasa horni, ada yang menjawab karena nonton drama yang terlalu plus-plus, ada yang menjawab karena hujan, ada yang menjawab tidak tahu. Pertanyaan terakhir mereka ditanya apa yang dilakukan ketika merasa horni, diluapkan atau ditahan. Respon talent ada yang menjawab jika memiliki pasangan diluapkan karena jika tidak akan menjadi penyakit, ada yang menjawab kadang diluapkan kadang tidak, jika laki-laki c*li & nonton bokep, ada juga yang menjawab meluapkan secara mandiri.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai horni. Ustad Derry Sulaiman mengatakan bahwa semestinya yang mengomentari video talent ustadzah bukan ustad, karena wanita mungkin berbeda-beda. Akan tetapi pada dasarnya baik laki-laki maupun wanita fitrahnya sama. Sama-sama memiliki nafsu, memiliki syahwat, memiliki kecenderungan untuk berdekatan dengan pasangan dan bagi wanita yang belum memiliki pasangan kemudian tergoda, mungkin dikarenakan tontonan, sentuhan dan sebagainya, pesan Ustad Derry sulaiman agar banyak beristighfar dan menghindari sendirian. Beliau berpesan banyak laki-laki dan wanita terjebak dalam kemaksiatan ketika sendirian, banyak orang celaka dan masuk neraka dikarenakan dosa yang dilakukan ketika sendirian.

Kemudian beliau juga berpesan agar kita berteman dengan orang-orang baik, dan membangun obrolan yang baik juga, karena hampir semua orang tergoda dikarenakan tontonan, gambar, video atau chat atau calling, maka kita harus menghindari semua akses yang akan membuat kita melakukan maksiat. Solusi dari hal yang demikian adalah menikah, sehingga jika menginginkan sesuatu akan menjadi halal dan bernilai ibadah. Mersakan

yang demikian menandakan sehat, namun salurkanlah dengan cara yang benar.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Mengendalikan nafsu merupakan hal yang sulit dilakukan terlebih apabila tidak memiliki iman yang kuat. Belum lagi banyaknya tayangan yang bisa kita temukan di internet maupun media sosial yang menyuguhkan tayangan yang kurang pantas.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Banyaknya tayangan dan konten yang merangsang syahwat seperti film, drama, sinetron, video seksi dll. Salah dalam memilih lingkungan pergaulan, kurangnya keimanan dan ketakwaan terhadap Allah SWT.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Sudah menjadi fitrah bagi laki-laki maupun wanita memiliki nafsu dan syahwat, namun tentu harus disalurkan dengan cara yang benar yakni dengan menikah. Dengan menikah hal yang sebelumnya dilarang dan merupakan perbuatan dosa, akan tetapi ketika sudah menikah akan bernilai ibadah.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Derry Sulaiman berpesan agar anak muda menjaga amalan, menjaga tontonan, menjaga pandangan, menjaga pendengaran. Beliau juga berpesan apabila merasakan horni maka pergilah keramaian jangan sendirian, kemudian berpuasa, yang sudah mampu menikah segeralah menikah.

b) Kategori Tema/Topik “Zina”

Video 1

Judul: Dua Orang Ditanya Pengalaman Mereka Saat Ciuman

Link: <https://youtu.be/o2KW-fZp1RM>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 4 April 2022 dan telah ditonton sebanyak 91.931 dengan 2.300 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 15 menit 7 detik (Q&A: 8 menit 28 detik, Dakwah: 8 menit, 39 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai

pendapatnya mengenai ciuman. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 14 : Video Kata Ustadz Season 4 (Dua Orang Ditanya Pengalaman Mereka Saat Ciuman)

a. Rangkungan Video:

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai ciuman. Para talent ditanya kapan pertama kali ciuman, ada yang menjawab pertama kali ciuman saat SD, SMP, SMA, saat sedang mabuk, pertama kali ciuman dengan ibu, banya juga yang kebingungan dalam menjawab pertanyaan tersebut. Kemudian mereka ditanya kapan terakhir kali ciuman ada yang menjawab kemari, ada yang menjawab tahun 2019, ada yang menjawab tadi, kemarin, minggu lalu, bulan lalu, ada juga yang menjawab tidak pernah. Pertanyaan berikutnya mereka ditanya apa rasa ciuman, banyak yang hanya tertawa menanggapi pertanyaan ini, ada juga yang menjawab enak, nikmat, ada juga yang heran dan beristighfar. Kemudian mereka ditanya ketika ciuman apakah merasa bernafsu, ada yang menjawab bernafsu, ada yang menjawab tidak tahu. Pertanyaan berikutnya apakah orang yang berciuman menggunakan nafsu, ada yang menjawab iya, ada juga yang menjawab tidak, ada juga yang menjawab tergantung situasi dan kondisi. Selanjutnya mereka ditanya setelah ciuman apa yang mereka lakukan, menanggapi pertanyaan tersebut banyak talent yang hanya tertawa. Pertanyaan berikutnya bagian tubuh mana yang sering di cium, ada yang menjawab pipi, bibir, jidat, hidung, punggung tangan. Selanjutnya merea ditanya apakah ciuman membatalkan puasa,

sebagian besar talent menjawab batal.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai ciuman. Ustad Derry Sulaiman mengingatkan agar kita banyak beristighfar, terlebih setelah mendengar respon dari talent yang ditanya mengenai ciuman. Kita tidak bisa memungkiri kenyataan bahwa hal yang demikian terjadi di masyarakat kita saat ini Karena tidak adanya hijab antara laki-laki dan wanita, karena tidak adanya agama dalam kehidupan anak muda sehingga kemaksiatan yang dilarang di agama, seperti ciuman banyak dilakukan anak muda. Semestinya anak muda merasa malu, namun yang kita lihat dalam video sebagian merasa bangga telah melakukan aktivitas yang semestinya akan menjadi ibadah apabila dilakukan oleh pasangan suami istri.

Ustad Derry Sulaiman menjelaskan bahwa ciuman merupakan tanda atau ekspresi sayang seorang ibu kepada anaknya, seorang ayah kepada anaknya, bahkan Rasulullah SAW menyatakan tidak termasuk ke dalam umatku seseorang yang tidak memiliki kasih sayang. Tapi ciuman antara laki-laki dewasa dengan wanita yang bukan mahromnya , yang bukan suami istri tapi mereka melakukan aktivitas tersebut maka hal yang demikian merupakan kemaksiatan yang sangat besar. Beliau mengingatkan agar siapapun yang sudah berpacaran kemudian melakukan aktivitas seperti bergandengan tangan, dan melakukan aktivitas yang mengarah pada perzinahan agar takut pada Allah SWT. Kemudian Ustad Derry juga menyoroti bahwa maksiat saat ini dilakukan secara terang-terangan bukan dilakukan secara sembunyi-sembunyi.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Seperti yang bisa dilihat di video mengenai ciuman, banyak anak muda yang sudah berciuman bahkan sejak masih kecil, kemudian banyak juga ditemukan tontonan saat ini yang memperlihatkan adegan ciuman. Dan banyak juga konten-konten di media sosial yang memuat tayangan yang

serupa. Banyak juga yang secara terang-terangan mengumbar aibnya di media sosial tanpa rasa malu.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Modernisasi dan degradasi moral yang kemudian mengaburkan norma dan etika di zaman sekarang. Normalisasi terhadap tayangan yang memuat konten yang vulgar dan kurang adanya regulasi pemerintah. Berikutnya banyak anak muda yang kurang dekat dan kurang memahami ajaran agamanya.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Ciuman merupakan bentuk kasih sayang, namun apabila dilakukan oleh laki-laki dan wanita yang bukan mahrom maka hal yang demikian merupakan perbuatan dosa yang merupakan kemaksiatan yang besar. Dan hal tersebut menimbulkan murka Allah SWT dan kita harus takut terhadap murka Allah SWT.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Derry Sulaiman menasihati bagi mereka yang berpacaran agar segera menikah, karena tidak ada solusi lainnya. Menikah dalam islam lebih mudah daripada zina, siapa yang mempersulit pernikahan sama dengan memudahkan perzinahan. Ustad Derry Sulaiman juga mengingatkan bahwa dunia bukan tempat tinggal kita, dunia adalah tempat yang akan kita tinggalkan, sehingga jangan sampai kita celaka. Penderitaan yang di dunia tidak ada apa-apanya dengan penderitaan di akhirat. Awal dari kemaksiatan, berawal dari ketidakadaannya batas antara laki-laki dan wanita. Dan terjadinya berbagai macam musibah bisa jadi karena maksiat yang telah dilakukan manusia.

Video 2

Judul: *Ditanya Soal Zina ,Jawaban Anak Muda Bikin Syok*

Link: <https://youtu.be/-G1WREAjogA>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 6 Agustus 2021 dan telah ditonton sebanyak 972.674 dengan 27.000 like per tanggal 6 Juni 2022.

Dengan durasi 7 menit 49 detik (Q&A: 4 menit 20 detik, Dakwah: 3 menit, 29 detik). Video berisi *social experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai zina. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 15 : Video Kata Ustadz (Ditanya Soal Zina ,Jawaban Anak Muda Bikin Syok)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai zina. Para talent ditanya apakah mereka pernah melakukan zina, ada yang menjawab tidak pernah ada juga yang menjawab pernah, ada juga yang keberatan menjawab. Berikutnya mereka ditanya zina apa yang pernah mereka lakukan. Jawaban mereka ada yang menjawab zina mata, zina hati, zina bibir, nonton bokep. Kemudian mereka ditanya kenapa melakukan zina, banyak yang kebingungan menjawab, ada yang menjawab karena ingin, iman tidak kuat, nafsu, rasa ingin tahu dan jawaban lainnya. Pertanyaan berikutnya apakah mereka pernah berpikir untuk berhenti melakukan zina, sebagian besar talent menjawab pernah, namun ada juga yang menjawab kesulitan berhenti. Selanjutnya mereka ditanya hukuman zina yang mereka ketahui, ada yang menjawab dibakar di neraka, ditusuk besi panas, dirajam, dikubur setengah badan dan dilempari batu dan jawaban lainnya.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai zina. Ustad Taufiqurrahman

menyampaikan bahwa Allah SWT melarang kita mendekati zina apalagi melakukannya, karena dampak zina bukan hanya di akhirat. Menurut Rasulullah SAW zina merupakan dosa besar setelah menyekutukan Allah SWT. Kemudian bukan hanya itu saja, bukan hanya di akhirat mereka yang berbuat zina juga akan celaka di dunia, penyakit akibat zina dan bergonta-ganti pasangan belum ada obatnya, terutama penyakit kelamin. Belum lagi zina dapat menurunkan penyakit fakir.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Normalisasi zina bisa ditemukan di zaman sekarang, seperti berpacaran yang banyak dilakukan anak muda dan dianggap wajar. Kemudian dengan adanya internet dan media sosial juga memudahkan dalam *berkhalwat* antara laki-laki dan perempuan dikarenakan tidak adanya batas. Selanjutnya bisa kita lihat fenomena di media sosial terutama, saat ini banyak ditemukan konten-konten video vulgar dan mengandung konten yang bisa merangsang. Belum lagi fenomena maraknya kasus pornografi online yang semakin meresahkan

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Pergaulan bebas dan degradasi moral menjadi hal yang memudahkan zina. Internet dan media sosial yang menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama dikalangan anak muda justru banyak ditemukan konten-konten yang vulgar dan tidak pantas. Salah memilih pergaulan dan berada di lingkungan yang kurang baik. Dikarenakan keadaan ekonomi, dan ketidaktekatan dengan agama yang menimbulkan lemahnya iman.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Terkait larangan zina dimana Allah SWT dalam firmanNya surat Al-Isra' juz 15 ayat 32 “ *Wala taqrabuzzina innahu kaana fahisyataw wasa'assabila*”, Allah SWT melarang kita mendekati zina dikarenakan zina merupakan perbuatan yang keji dan kotor dan merupakan jalan yang buruk. Kemudian dalam satu hadits Rasulullah SAW bersabda “*Maa min zambit*”

tidaklah dari satu dosa yang dimana ba'da syirki setelah dosa menyekutukan Allah *“a'dhomu indaAllah”* yang paling dahsyat bahayanya, apa itu *“Min nuthfatin wa do'aha rojulun”* yaitu seseorang yang meletakkan spermanya di *“Fiirahimin la yakhilulahu”* di dalam Rahim yang tidak halal untuk dirinya. Nabi dalam hadits lain menyebutkan *“Azzina yurisul fakroh”* yang namanya perbuatan zina di dunia akan mewariskan penyakit fakir.

- **Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)**

Ustad Taufiqurrahman berpesan agar anak muda menjauhi zina, dikarenakan zina merupakan dosa besar. Selain itu zina juga bisa menyebabkan penyakit kelamin dan mewariskan penyakit fakir. Zina akan menimbulkan kerugian besar bukan hanya di dunia tapi juga di akhirat, *“Ibu Aminah minum juz sirsak, orang yang berzina hidupnya makin blangsak”*

Video 3

Judul: Ditanya Pacaran Pernah Ngapain Aja? Jawabannya Bikin Melongo

Link: <https://youtu.be/olyYlg7fAj0>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 21 April 2021 dan telah ditonton sebanyak 2.466.271 dengan 73.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 13 detik (Q&A: 5 menit 7 detik, Dakwah: 4 menit, 4 detik). Video berisi *social experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai pacaran. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 16 : Video Kata Ustadz Season 1 (Ditanya Pacaran Pernah Ngapain Aja? Jawabannya Bikin Melongo)

a. **Rangkuman Video:**

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata Ustadz” mengenai Pacaran. Saat ditanya kapan pertama kali pacaran respon talent ada yang menjawab saat SD, SMP, SMA, Kuliah, ada juga yang menjawab belum pernah pacaran. Pertanyaan berikutnya mengapa mereka ditanya alasan pacaran, beberapa jawaban yang didapatkan seperti ikut-ikutan, ingin hits, karena nonton sinetron. Kemudian mereka ditanya panggilan sayang untuk pacar, beberapa diantaranya memanggil dengan sayang, ayang, baby, honey, mas, memanggil dengan nama. Selanjutnya mereka ditanya mengenai penyebab mereka bertengkar dengan pacar, beberapa jawaban yang didapatkan dari mulai hal yang sepele seperti adalah karena *ogooan* (manja), lama tidak bertemu, tidak jadi pergi, bermain dengan teman, ditanya mau makan apa jawabnya terserah, tidak menuruti apa yang pacar mau, *slow respon*, hingga selingkuh. Berikutnya mereka ditanya mengenai hal apa yang sudah pernah mereka lakukan selama pacaran, ada yang menjawab hanya jalan-jalan dan nonton, tapi ada juga jawaban yang cukup mencengangkan seperti ciuman dan melakukan hubungan seksual saat pacaran. Pertanyaan berikutnya mereka ditanya selama berpacaran lebih banyak untung atau rugi, ada yang menjawab banyak manfaatnya, ada yang menjawab banyak ruginya. Manfaatnya diantaranya, memiliki support sistem, nafsu terpuaskan, memiliki teman untuk bertukar pikiran dan gaya, kemudian ruginya diantaranya uang habis untuk pacaran.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi terhadap video para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (Ceramah). Ustad Derry menyampaikan di dalam islam tidak ada pacaran, yang ada hanya ta’aruf. Perkenalan yang bertujuan untuk menuju ke jenjang pernikahan. Yang membedakan pacaran zaman sekarang dengan ta’aruf, ta’aruf mengenal budi (perilaku), kalo pacaran mengenal body. Berpegangan tangan dengan orang yang bukan mahrom memiliki ancaman yang besar dan tidak main-main, bahkan kata Rasulullah SAW lebih baik ditusukkan besi daripada memegang tangan yang bukan mahrom. Ustad Derry Sulaiman juga mengingatkan untuk

berhati-hati bagi kita yang dalam pergaulan di masa kini yang terlalu supel dan modern, meskipun hanya berteman berpegangan tangan dengan orang yang bukan mahrom tetap tidak diperbolehkan, apalagi mempermainkan hati wanita. Mengatakan cinta pada wanita tanpa ada niat untuk menikahnya (PHP) juga tidak diperbolehkan, ketika memang berniat menikahi seorang wanita laki-laki diminta untuk mendatangi ayahnya, hal yang demikian untuk memuliakan wanita.

b. ***Analisis Video:***

- ***Define Problems*** (Pendefinisian Masalah):

Kehidupan asmara dan percintaan menjadi hal yang identik dengan anak muda (Generasi Y dan Z), terlebih mereka berada pada usia yang cukup untuk mencari pasangan dan membina rumah tangga. Namun sayangnya saat menjalin hubungan dengan lawan jenis, banyak dari anak muda yang memilih menggunakan cara yang salah, dengan berpacaran. Yang kemudian banyak dari mereka terjebak dalam *toxic relationship* dan tidak mendapatkan kejelasan kearah hubungan yang serius, bahkan saat berpacaran melakukan maksiat dan berbuat zina.

- ***Diagnose Causes*** (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Trend, lingkungan, dan pengendalian nafsu yang belum matang menjadi hal yang mempengaruhi seseorang memutuskan berpacaran. Keinginan untuk bersenang-senang tanpa memikirkan persoalan yang akan timbul di masa yang akan datang, dan juga degradasi moral. Di era serba digital ini, dengan adanya internet kita bisa mendapatkan informasi dengan mudah, dunia digital terutama media sosial menawarkan kebebasan. Namun tidak semua hal yang ada di media sosial merupakan hal yang baik, ada banyak konten-konten *Un-faedah* yang menampilkan hal-hal yang tidak sesuai, seperti konten berbau pornografi, konten yang menampilkan kekerasan dan konten/*tren* yang tidak bermanfaat.

Salah memilih pergaulan dan terjebak ke dalam pergaulan bebas, ikut-ikutan teman dan juga tontonan yang menjadi konsumsi sehari-hari seperti sinetron yang menampilkan orang berpacaran juga bisa menjadi alasan

seseorang berpacaran. Seperti yang kita lihat dalam video bahwa sebagian talent “Kata Ustad” pertama kali berpacaran di usia yang terbilang masih kanak-kanak menuju remaja dimana usia tersebut belum memiliki pemikiran yang stabil dan cenderung mengikuti lingkungan dan tontonan.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Pergaulan bebas dikalangan anak muda di masa kini merupakan hal yang banyak kita temui, begitu juga dengan menurunnya kesadaran dalam bertingkah laku dikalangan anak muda. Berdasarkan pendefinisian masalah banyak anak muda saat ini berpacaran, bahkan melebihi batas. Berdasarkan apa yang disampaikan dalam video “Kata Ustad” yang membahas mengenai pacaran, bahkan ada yang sampai berzina ketika berpacaran. Jawaban lain yang juga mencengangkan adalah ada yang sudah berpacaran sejak SD. Ikut-ikutan teman, akibat melihat tayangan sinetron dan mengikuti nafsu menjadi alasan berpacaran. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh dari lingkungan, *tren* dan tontonan di sekitar anak muda (Generasi Y dan Z). Degradasi moral menjadi persoalan dikalangan anak muda (Generasi Y dan Z) yang harus segera diatasi.

Ustad Derry menyampaikan di dalam islam tidak ada pacaran, yang ada hanya ta’aruf. Perkenalan yang bertujuan untuk menuju ke jenjang pernikahan. Yang membedakan pacaran zaman sekarang dengan ta’aruf, ta’aruf mengenal budi (perilaku), kalo pacaran mengenal body (tubuh). Beliau juga menyampaikan bahwa haram hukumnya baagi laki-laki mengatakan cinta pada wanita tanpa ada niat menikahinya (PHP), dan juga ketika seorang laki-laki menyukai wanita daningin menikahinya maka hendaknya menemui ayah wanita tersebut. Hal tersebut dilakukan bukan untuk mengurangi hak wanita, akan tetapi untuk memuliakan wanita. Ustad Derry Sulaiman juga mengingatkan bahwa memegang tangan orang yang bukan mahrom tidak diperbolehkan dan terdapat ancaman yang besar jika melakukannya.

- *Treathment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Dakwah menjadi salah satu cara untuk mengatasi fenomena dan

persoalan degradasi moral. Dakwah mengajarkan kebaikan, dimana didalamnya terdapat nilai-nilai islam yang berasal dari Al-Qur'an dan As-Sunah. VDVC Religi sebagai salah satu media dakwah menanggapi persoalan anak muda dalam video dakwah mengenai berpacaran. Dalam video tersebut Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent yang ditanya mengenai pacaran. Ustad Derry sulaiman menyampaikan agar kita berhati-hati dengan pergaulan saat ini. Beliau juga menyampaikan bahwa di dalam islam tidak ada yang namanya pacaran, yang ada hanyalah *ta'aruf*. Ustad Derry Sulaiman juga mengingatkan kepada para wanita agar tidak terlalu mudah mempercayai janji laki-laki apalagi yang dikenal dari media sosial, jika ingin mencari jodoh, carilah jodoh yang takut kepada Allah SWT, jodoh yang sholeh/sholehah. Laki-laki yang baik adalah laki-laki yang memuliakan wanitanya, dan cara memuliakan wanita dengan memintanya langsung kepada ayahnya. Ustad Derry Sulaiman selanjutnya menyampaikan hakikat cinta bukan di dunia, akan tetapi hakikat cinta di surga, sebab dunia hanya tempat sementara. *Say no to pacaran*, ketika suka segeralah menikah.

c) Kategori Tema/Topik “**Aurat/Hijab**”

Video 1

Judul: Kenapa Belum Nutup Aurat, Ini Jawaban Mereka

Link: <https://youtu.be/AkdawB7mbJM>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 30 Juli 2021 dan telah ditonton sebanyak 861.787 dengan 32.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 7 menit 13 detik (Q&A: 4 menit 45 detik, Dakwah: 2 menit, 33 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai aurat. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 17 : Video Kata Ustad Season 2 (Kenapa Belum Nutup Aurat,Ini Jawaban Mereka)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai menutup aurat. Para talent ditanya mengenai apakah mereka selalu menutup aurat, semua talent laki-laki menjawab selalu, sementara talent perempuan menjawab tidak. Kemudian mereka ditanya disaat apa mereka tidak bisa menutup aurat, respon mereka saat memakai sandal karena kaki termasuk aurat, kemudian saat memakai kerudung namun dililitkan kebelakang dan tidak menutup dada, saat memakai baju yang terlihat pergelangan tangannya. Kemudian mereka ditanya terkait dengan batasan aurat, ada yang menjawab jika laki-laki puser hingga bagian bawah, puser hingga bagian lutut, untuk wanita kaki hingga rambut kecuali wajah dan telapak tangan.

Kemudian mereka ditanya dosa apa ketika tidak menutup aurat, ada yang menjawab tidak tahu, ada yang menjawab disiksa di neraka, ada juga yang menjawab jika perempuan tidak menutup aurat akan digantung rambutnya, ada juga yang menjawab dosanya ditanggung ayahnya atau saudara laki-lakinya. Selanjutnya mereka ditanya, jika ada wanita seksi kemudian ada laki-laki disekitarnya kemudian nafsu, yang salah siapa?, jawaban mereka ada yang menjawab wanitanya, ada juga yang menjawab keduanya salah. Selanjutnya mereka ditanya hal apa yang sudah mereka lakukan untuk menutup aurat, jawaban mereka diantaranya memakai jilbab meskipun belum syar’i, memakai baju yang tidak ketat, memakai baju lengan panjang, berpakaian wajar, memakai kerudung yang besar.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai aurat. Berbicara mengenai aurat, aurat laki-laki di dalam sholat “*Minassuro ila rukbah*”, dari mulai pusar hingga menutupnya lutut, untuk aurat perempuan seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Ustad taufiqurrahman berpesan kepada para wanita agar tidak menganggap remeh terkait dengan aurat, karena ketika aurat diumbar kemudian ada laki-laki yang bukan mahrom melihat dan menimbulkan syahwat akan menjadi dosa, terlebih apabila memasang foto yang mengumbar aurat di media sosial, sekalipun sudah meninggal jika foto tersebut masih ada akan tetap berdosa dan menjadi maksiat jariyah.

Kemudian Ustad Taufiqurrahman juga menjelaskan bahwa berdasarkan hadits terdapat dua kelompok orang penghuni neraka penghuni neraka yaitu diantaranya “*nisaun*” perempuan, “*kasiatun*” yang berpakaian, “*ariatun*” tapi telanjang. Menurut Rasulullah SAW “*La yadkhunnal jannah*” tidak akan bisa masuk surga, “*Wala yajidna rihaha*” dan tidak akan bisa mencium wangi surga, wanita yang berpakaian tapi telanjang tidak akan bisa masuk surga, “*Ketanjung barat saat bulan puasa*”, “*ngobral aurat adalah perbuatan dosa*”.

b. Analisis Video

- ***Define Problems (Pendefinisian Masalah)***

Di zaman sekarang ini masih banyak wanita yang belum menutup auratnya, ada juga yang sudah mengenakan hijab hanya sebatas *fashion* sehingga masih memperlihatkan lekuk tubuh dan tidak menutup dada. Banyak juga wanita yang memposting foto-fotonya yang tidak menutup aurat ke media sosial, yang jika dilihat oleh yang bukan mahrom akan menimbulkan dosa maksiat jariyah. Selain itu wanita yang memperlihatkan auratnya juga rawan terhadap kejahatan.

- ***Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)***

Belum adanya kesadaran akan pentingnya menutup aurat dikalangan wanita. Lingkungan yang kurang mendukung untuk mengenakan hijab, dan

merasa belum siap mengenakan hijab dikarenakan belum merasa baik dalam pengetahuan agamanya. Banyak yang sudah berhijab akan tetapi belum sesuai syariat, hal yang demikian dikarenakan *fashion*.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Berdasarkan hadits Rasulullah SAW terdapat dua kelompok orang penghuni neraka penghuni neraka yaitu diantaranya “*nisaun*” perempuan, “*kasiatun*” yang berpakaian, “*ariatun*” tapi telanjang. Terdapat tiga makna, yang pertama berpakaian yang minim dan sangat tipis, kedua berpakaian ketat sehingga memperlihatkan lekak-lekuk tubuh, yang kemudian ketika dilihat oleh laki-laki yang bukan mahrom dan menimbulkan syahwat

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman mengingatkan agar anak muda tidak mengumbar aurat terlebih wanita. Karena mereka yang mengumbar aurat menurut Rasulullah SAW “*La yadkhunnal jannah*” tidak akan bisa masuk surga, “*Wala yajidna rihaha*” dan tidak akan bisa mencium wangi surga. Kemudian beliau juga mengingatkan agar menurut aurat sesuai syariat dan jangan memposting foto-foto yang menampilkan aurat di media sosial karena bisa menjadi dosa maksiat jariyah yang akan merugikan di akhirat nanti. Dengan pantun Ustad Taufiqurrahman berpesan “*Ketanjung barat saat bulan puasa*”, “*ngobral aurat adalah perbuatan dosa*”.

Video 2

Judul: *Ditantang Suruh Pakai Hijab, Begini Reaksi Mereka*

Link: <https://youtu.be/s7ebAKnmRnk>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 5 Oktober 2021 dan telah ditonton sebanyak 733.315 dengan 19.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 34 detik (Q&A: 6 menit 55 detik, Dakwah: 2 menit, 38 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai hijab. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 18 : Video Kata Ustadz Season 2 (Ditantang Suruh Pake Hijab, Begini Reaksi Mereka)

a. **Rangkuman Video:**

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video para talent “Kata Ustadz”, dalam video tersebut para talent ditanya mengenai pandangan mereka mengenai hijab. Talent laki-laki ditanya pandangannya mengenai wanita berhijab, sementara talent wanita ditantang untuk menggunakan hijab. Beberapa tanggapan yang didapatkan sebagian besar talent wanita menjawab hijab merupakan kewajiban untuk menutup aurat bagi wanita. Menurut talent laki-laki sebagian besar berpandangan bahwa berhijab baik dilakukan oleh wanita, karena bisa menutup aurat dan juga wanita berhijab terlihat cantik. Para talent laki-laki juga lebih ketika ditanya memilih wanita berhijab atau tidak, semua menjawab lebih memilih wanita berhijab. Pertanyaan berikutnya para talent ditanya mengenai wanita zaman sekarang memakai hijab karena ibadah atau fashion. Ada yang menjawab untuk ibadah, ada juga yang menjawab untuk fashion. Selanjutnya para talent ditanya mengenai apakah hijab untuk fashion berdosa? Respon yang didapatkan sebagian besar menyayangkan jika hijab hanya untuk *fashion*, karena seharusnya diniatkan karena Allah SWT.

Kemudian para talent ditanya mengenai dosa orang yang tidak memakai hijab, sebagian ada yang menjawab tidak tahu, ada juga yang menjawab dosa wanita tidak berhijab ditanggung bapak dan suami jika sudah menikah. Kemudian wanita yang tidak berhijab di neraka nantinya akan mendapatkan siksaan berupa rambut yang dijambak. Selanjutnya para talent ditanya mengenai bagaimana hijab yang sesuai dengan ketentuan syariat, sebagian besar menjawab hijab yang menutup dada, tidak terlihat rambut, dan baju

tidak ketat. Selanjutnya talent wanita diminta untuk mengenakan hijab dan ditanya pendapatnya, ada yang merasa cocok dan cantik mengenakan hijab, ada juga yang merasa tidak cantik dan kurang percaya diri. Mereka juga ditanya mengenai rencana untuk mengenakan hijab, ada yang menjawab sudah memiliki niat untuk mengenakan hijab, ada juga yang mengatakan tidak/belum berniat mengenakan hijab. Sementara itu talent laki-laki ditanya ingin memiliki istri yang mengenakan hijab atau tidak, semua talent menjawab ingin memiliki istri yang mengenakan hijab.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman memberikan tanggapan mengenai video para talent dan memberikan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent mengenai hijab. Dalam video tersebut Ustad Taufiqurrahman menyampaikan bahwa memakai hijab wajib bagi muslimah yang sudah akil baligh. Allah memerintah muslimah untuk mengenakan jilbab yang menutupi tubuh dan tidak menampilkan lekak-lekuk tubuh. Berhijab dengan niat karena Allah SWT, dengan demikian akan mendapatkan pahala. Kemudian dalam berhijab juga berdasarkan syariat, tidak menampilkan lekuk tubuh dan menutup dada, bukan seperti tren hijab yang menjadi *fashion* saat ini. Karena berhijab merupakan cara Allah SWT memuliakan kaum wanita.

b. Analisis Video:

- **Define Problems (Pendefinisian Masalah):**

Berhijab merupakan kewajiban bagi muslimah, namun kesadaran akan berhijab belum banyak dimiliki, banyak muslimah yang belum berhijab dan menutup auratnya. Kemudian hijab juga saat ini menjadi *fashion*, sehingga ada juga yang berhijab akan tetapi tidak sesuai dengan ketentuan syari'at, tidak menutup aurat dan masih menampilkan lekuk tubuh.

- **Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)**

Beberapa alasan muslimah belum berhijab diantaranya, belum adanya kesadaran untuk menjalankan kewajiban berhijab dikalangan muslimah. Tidak adanya niatan untuk mengenakan hijab dan merasa aneh/ tidak percaya diri ketika menggunakan hijab. Alasan lain lingkungan yang kurang

mendukung untuk berhijab.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Berhijab merupakan kewajiban bagi seorang muslimah, namun untuk berhijab harus dilakukan dengan kesadaran penuh dan juga niat yang berasal dari dalam hati, bukan sekedar ikut-ikutan ataupun mengikuti *fashion*. Dalam Al-Qur'an surat An-Nur, juz ke 18, ayat ke 31, "*wa qul lil-mu'minati yagdudna min absarihina*", katakan kepada perempuan-perempuan yang beriman supaya mereka memejamkan pandangan matanya, menjaga kehormatannya, kemaluannya, "*wala yubdina zinatahunna illa ma zahara min ha*", dan jangan menampakkan perhiasan atau auratnya kecuali di bagian-bagian yang sudah normal. Aurat Perempuan keseluruhan, kecuali wajah dan telapak tangan, "*walyadribna bikhumurihinna 'ala juyubinna*", dan hendaknya perempuan menutup kerudungnya hingga ke bagian dadanya. Kemudian dalam surat Al-Ahzab ayat ke 59, "*ya ayyuhan nabiyyu*" hai nabi Muhammad diperintahkan oleh Allah katakana kepada istri-istri kamu dan perempuan-perempuan beriman "*yudnina alaihinna min jala bibihinna*" supaya menutupkan jilbabnya, jilbab dalam bahasa arab berarti pakaian yang longgar yang menutupi anggota tubuh. Dalam hadits shahih imam bukhari menyampaikan bahwa penghuni neraka tulen diantaranya "*nisaun*" perempuan, "*kasiatun*" berpakaian, "*ariatun*" tapi telanjang.

- *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Ustad Taufiqurrahman dalam video mengenai berhijab menyampaikan bahwa berhijab wajib bagi kaum muslimah. Di akhir video Ustad Taufiqurrahman dengan pantun di akhir video berpesan, "*Pak mustajab orang Singapura, Berhijab selamat dari fitnah*". Dengan berhijab akan menghindarkan wanita dari fitnah, berhijab juga menjadi cara Allah SWT memuliakan kaum wanita. Berhijab yang sesuai adalah hijab yang menutup aurat. Aurat wanita adalah seluruh tubuh kecuali wajah dan telapak tangan. Dengan demikian berhijab yang baik adalah hijab yang tidak menampilkan aurat, tidak menampilkan lekuk tubuh dan menutup dada.

Video 3

Judul: 23 Anak Muda Ditantang Joget Tiktok, Begini Kemampuan Mereka

Link: <https://youtu.be/Kc0-XZ9zozI>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 8 April 2022 dan telah ditonton sebanyak 124.655 dengan 2.900 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 56 detik (Q&A: 6 menit 15 detik, Dakwah: 3 menit, 41 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan diminta pendapatnya mengenai Jogged Tik Tok. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 19 : Video Kata Ustadz Season 4 (23 Anak Muda Ditantang Joget Tiktok, Begini Kemampuan Mereka)

a. **Rangkungan Video:**

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai jogged tik tok. Para talent diminta untuk mempraktekkan jogged tik tok, sebagian besar mengetahui macam-macam gerakan jogged tik tok dan mempraktikkannya. Kemudian mereka diminta melihat video-video jogged tik tok dan mereaksinya. Respon mereka banyak yang tertawa, ada juga yang heran dan kaget. Kemudian mereka ditanya pendapat mereka mengenai orang yang jogged di tik tok, ada yang berpendapat bahwa mereka menghibur, ada juga yang menjawab mengganggu, ada juga yang merasa jogged di tik tok alay. Selanjutnya mereka ditanya jogged dalam islam diperbolehkan atau tidak, ada yang menjawab boleh namun dengan batas yang wajar harus tertutup, ada

juga yang menjawab boleh namun di depan orang yang tepat misalnya suami dan bukan di muka umum, ada juga yang tidak tahu, ada juga yang menjawab tidak boleh dikarenakan mengundang nafsu lawan jenis, ada juga yang menjawab tergantung jogednya, jika mempertontonkn lekuk tubuh tidak diperbolehkan, namun ketika jogged untuk menumbuhkan semangat tentu diperbolehkan.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai jogged tik tok. Beliau menyampaikan joged (tarian-tarian) yang tidak menyalahi syariat agama diperbolehkan, namun akan jadi haram jika membuka aurat, akan menjadi haram ketika mengikuti jogednya orang kafir, atau tarian yang mendukung berkhalwat antara laki-laki dan wanita dengan berjoged dan berdansa bersama. Ustad Derry Sulaiman juga menjelaskan tidak semua budaya Arab merupakan sunah, banyak orang yang menghina bahwa sunah merupakan budaya Arab, padahal bukan. Rasulullah SAW sering diperangi oleh orang-orang Arab karena menghidupkan sunah. Ustad Derry menyampaikan bahwa boleh saja kita berjoged, seorang istri menari dihadapan suaminya untuk menghibur suaminya. Namun ketika dipertontonkan kepada laki-laki lain, di tik tok menunjukkan lekuk tubuh dan keseksian tubuhnya yang mengundang syahwat yang menontonnya akan menjadi berbahaya apabila video tersebut menjadi bahan bermaksiat, maka akan menjadi mudharat di akhirat kelak.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Sebagaimana aplikasi kekinian lainnya, baik atau buruknya tik tok tergantung dari penggunanya, dengan demikian ketika ada banyak konten kreator yang menampilkan hal yang kurang pantas kemudian banyak yang menyukai hal tersebut tentu akan menjadi *tren* dan viral. Tik tok menjadi salah satu aplikasi kekinian yang banyak digunakan oleh anak muda (Generasi Y dan Z), bahkan generasi dibawahnya yang masih anak-anak, namun banyak bermunculan fyp tik tok seksi yang meresahkan dan tren-tren

joged tik tok yang banyak terdapat goyangan yang terlalu vulgar.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Banyaknya konten kreator yang membuat video yang menampilkan joged *challenge*, dan banyak orang menyukai hal tersebut dan menjadi *tren* yang viral. Namun joged tik tok yang viral kebanyakan joged tik tok yang bertentangan dengan syariat islam.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Ustad Derry Sulaiman menjelaskan bahwa hukum jogged mubah, boleh-boleh saja. Akan menjadi makruh apabila tidak ada manfaatnya, dan akan menjadi haram ketika kita mengikuti jogednya orang kafir, joged yang mengundang syahwat seperti tari perut yang dipertontonkan di depan laki-laki yang bukan mahrom, meskipun hal tersebut merupakan budaya orang Arab akan tetapi bukan syariat islam.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Derry Sulaiman berpesan ketika ingin berjoged, berjogedlah yang benar di waktu dan di tempat yang benar, tidak melanggar syariat dan juga tidak mengikuti cara berjoged orang kafir.

d) Kategori Tema/Topik “Nikah”

Video 1

Judul: Ditanya Soal Nikah Muda, Ini Jawaban Mereka

Link: https://youtu.be/L2Rc-3fS_6s

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 2 Juli 2021 dan telah ditonton sebanyak 449.194 dengan 18.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 17 detik (Q&A: 5 menit 28 detik, Dakwah: 3 menit, 40 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai nikah muda. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 20 :Video Kata Ustadz Season 2 (Ditanya Soal Nikah Muda, Ini Jawaban Mereka)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai nikah muda. Ketika para talent ditanya apakah mereka pro menikah muda, respon yang didapat ada yang pro ada juga yang kontra, ada juga yang berpendapat tergantung keadaan. Kemudian mereka ditanya mengenai hal yang harus dipersiapkan sebelum menikah, jawaban mereka diantaranya calonnya, mental, finansial, restu, tanggungjawab dan agama. Berikutnya mereka ditanya apakah mereka sepakat menikah merupakan solusi dari menghindari zina, berikut merupakan respon yang didapat sebagian besar tidak sepakat. Tidak bijaksana apabila menikah hanya untuk menghindari zina tanpa adanya kesiapan mental. Tanggapan mereka terhadap orang yang menikah muda, sebagian besar merasa takjub. Selanjutnya mereka ditanya apakah mereka percaya bahwa menikah mendatangkan rezeki, semua talent menjawab percaya. Selanjutnya talent laki-laki diminta mempraktikkan ijab kabul.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai nikah muda. Beliau menjelaskan bahwa usia perkawinan sudah diatur dalam undang-undang perkawinan tahun 1974, dimana untuk catin laki-laki minimal 19, sementara catin perempuan minimal 16 tahun. Perintah menikah berdasarkan Al-Qur’an tertuang dalam Surat An-Nur juz ke 18 ayat ke-32 . Kemudian sebelum menikah harus memiliki ilmu dan meniatkan karena Allah SWT agar bernilai ibadah.

Menikah itu ada 4 huruf *Nun*, simbol perempuan yang berarti nikmat bagi wanita, apabila menikah berpandangan dengan pasangan akan menjadi nikmat dan rahmat Allah SWT, berpegangan tangan akan menjadi penggugur dosa. *Kaf*, karamah dan kemuliaan, nilai dunianya Allah SWT berikan kecukupan. Selanjutnya *Alif*, Istiqomah, dan huruf terakhir *Ha*, yang berarti hikmah, banyak pelajaran yang didapatkan setelah berumah tangga.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Menikah muda saat ini menjadi *tren* dikalangan anak muda (Generasi Y dan Z), akan tetapi juga banyak ditemukan kasus perceraian yang terjadi dalam pernikahan di usia muda.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Ketidakstabilan mental menjadi alasan perceraian di dalam pernikahan di usia muda. Mempersiapkan mental sebelum menikah merupakan hal yang penting, salah satunya adalah dengan meyakini perintah Allah SWT, dan meniatkan menikah karena Allah SWT.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Ustad Taufiqurrahman menjelaskan perintah menikah berdasarkan Al-Qur'an tertuang dalam Surat An-Nur juz ke 18 ayat ke-32 dimana Allah SWT memerintahkan "*Wa ankihul ayaamaa minkum wash shalihina min ibaadikum wa imaa-ikum iy yakuunuu fuqaraa-a yugh-nihimullahu min fadhlihi wallahu waasi'un'aliim*" dan nikahlah orang-orang yang membujang diantara kamu dan orang-orang yang sudah layak menikah dari hamba sahaya kamu baik laki-laki maupun perempuan, jika kondisi kamu disaat sebelum menikah masih banyak kekurangan, Allah menyebutkan redaksinya dengan *fuqara* artinya dibawah miskin. Dengan menikah Allah cukupkan, karena Allah maha luas.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman berpesan agar kita tidak takut menikah dikarenakan janji Allah SWT akan mencukupkan rezeki kita. Kemudian meniatkan menikah dengan niat karena Allah SWT agar bernilai ibadah dan

mendapatkan nikmat, karamah, dan hikmah.

Video 2

Judul: *Ditanya Soal Pandangan Menikah Beda Agama, Ini Jawaban Mereka*

Link: <https://youtu.be/34DHocfImc8>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 21 September 2021 dan telah ditonton sebanyak 400.041 dengan 16.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 4 detik (Q&A: 5 menit, Dakwah: 4 menit, 43 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai menikah beda agama . Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 21 :Video Kata Ustadz Season 2 (Ditanya Soal Pandangan Menikah Beda Agama, Ini Jawaban Mereka)

a. **Rangkuman Video:**

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata Ustadz” mengenai pernikahan beda agama. Para talent ditanya mengenai pandangan mereka mengenai pernikahan beda agama. Beberapa respon yang didapatkan dari para talent, ada yang *respect* dan merasa keren, ada juga yang merasa hal yang demikian membuang waktu, ada juga yang berpandangan bahwa keputusan menikah dengan orang yang berbeda agama kebalikan kepada diri masing-masing, ada juga yang berpendapat secara islam hal yang demikian dilarang namun secara moral tersebut bisa saja dilakukan, ada juga yang

perbandingan bahwa dengan memutuskan menikah dengan orang yang berbeda agama aka nada banyak al yang harus dikorbankan.

Selanjutnya para talent ditanya apakah pernah terpikirkan untuk melakukan pernikahan beda agama, ada yang menjawab pernah, ada juga yang menjawab tidak pernah dan lebih memilih menikah dengan orang yang memiliki agama sama. Pertanyaan berikutnya para talent ditanya mengenai nikah dengan orang yang berbeda agama apakah berdosa?, sebagian besar menjawab berdosa, ada juga yang menjawab tidak, dan selama tidak menyakiti orang lain tidak masalah. Para talent juga ditanya jika ada yang mengajak mereka menikah, namun berbeda agama apa yang akan mereka lakukan. Ada yang menjawab diterima, ada juga yang menolak dikarenakan berbeda prinsip, ada juga yang akan mengajak calon pasangannya menjadi mualaf. Kemudian mereka ditanya jika mereka menikah dengan orang yang berbeda agama apakah orangtua mereka merestui, sebagian besar menjawab tidak akan direstui oleh keluarga mereka. Kemudian mereka ditanya ketika seandainya mereka memiliki anak yang kemudian mereka meminta izin menikah dengan orang yang berbeda agama, sebagian besar menjawab tidak merestui dan meminta anaknya mencari pasangan yang seagama, namun ada juga yang membebaskan anaknya memilih.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video para talent dengan memberikan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent mengenai menikah berbeda dengan orang yang berbeda agama. Ustad Taufiqurrahman menjelaskan dalam dakwahnya bahwa ada hal-hal yang dapat membatalkan pernikahan, sebagaimana sholat. Hal yang dapat membatalkan pernikahan yaitu, saudara sepersusuan, berbeda agama.

Dalam surah Al Baqoroh ayat 221, dijelaskan bahwa menikah dengan budak lebih baik dibandingkan menikah dengan yang berbeda agama. Allah menjelaskan hal tersebut bermaksud bahwa dunia adalah fatamorgana, ketika kita ikuti hal yang sifatnya berbeda agama seperti menikah. Allah menjelaskan "*Ulaika yad'una ilan nar*", mereka hakikatnya mengajak kepada jurang api neraka, sementara "*wallahu yad'u ilal jannati wal*

maghfiroti bi idznih”, sementara Allah mengajarkan hal yang demikian untuk mengajak kita kedalam surgaNya dan ampunanNya, “*Wa yubayyinu ayatihi linnas*”, Allah menjelaskan hal tersebut dengan tujuan “*La'allahum yatadzakkarun*” semoga mereka memikirkannya. Ketika aqidah yang sudah ditetapkan dilanggar, maka pernikahan menjadi batal.

b. Analisis Video:

- *Define Problems* (Pendefinisian Masalah):

Generasi Y merupakan generasi yang berada di rentan usia 27-42 tahun, sementara Generasi Z berada di rentan usia 12- 27 tahun. Generasi Y dan sebagian Generasi Z sudah mengalami fase kehidupan pernikahan/ akan memasuki kehidupan pernikahan. Menjadi wajar apabila topik perbincangan di media sosial terkait dengan persoalan mengenai pernikahan dan hubungan percintaan, mengingat mayoritas pengguna sosial media merupakan Generasi Y dan Z. Selain topik poligami dan nikah muda, nikah beda agama belakangan ini menjadi banyak diperbincangkan, bahkan menjadi *trend* dan *viral*. Bahkan ada yang sampai menggugat undang-undang perkawinan ke mahkamah konstitusi, agar bisa menikah dengan pasangan yang berbeda agama. Nikah berbeda agama di Indonesia tidak diperbolehkan, namun pada praktiknya ada beberapa pasangan yang bisa melakukan pernikahan meskipun berbeda agama, namun kemudian mengalami kesulitan saat mengurus legalitas pernikahannya. Ada juga yang diminta untuk menyamakan agama sebelum pernikahan, kemudian bisa kembali ke agama sebelumnya sesudah pernikahan, yang malah hal tersebut seolah-olah memainkan agama.

- *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Pernikahan berbeda agama dalam islam dilarang dan hal tersebut bukanlah hal yang bisa ditawarkan. Yang menjadi persoalan adalah ketidaktegasan dan ketidakkompakan aparat sipil dalam pencatatan dan pengaturan pernikahan. Persoalan lainnya adalah Indonesia bukanlah negara islam sehingga pengaturan mengenai undang-undang tidak hanya mengacu pada hukum islam saja, terdapat pertimbangan lainnya yang menjadi dasar

pembuatan undang-undang perkawinan.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Sebagai umat muslim mematuhi aturan yang telah ditetapkan merupakan kewajiban. Menikah dengan orang yang memiliki keyakinan yang berbeda tentu bukanlah pilihan yang diperbolehkan dalam islam, dan hal tersebut bukanlah hal yang bisa ditawar. Jika pasangan berbeda agama maka berdasarkan hukum islam maka pernikahan menjadi batal, dan apabila pernikahan batal maka ketika pasangan yang berbeda agama tetap menjalani hubungan pernikahan sebagaimana pasangan yang menikah akan menjadi dosa. Hal tersebut didasarkan pada Dasar ayat yang menjelaskan hal tersebut Surat Al-Baqarah ayat ke 221, “*wa la tangkihul-musyrikati hatta yu'min*” , laki-laki muslim janganlah engkau menikahi perempuan yang berbeda agama denganmu kecuali kamu bisa mengajaknya berpindah agama yang sama denganmu dan menjadi muslimah, sungguh Allah memberi gambaran ada budak perempuan budak yang hitam dan jelek lebih bagus dibandingkan dengan perempuan yang berbeda aqidah. Begitupun dengan perempuan yang beriman diminta untuk tidak menikah dengan laki-laki yang berbeda agama.

- *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Ustad Taufiqurrahman dalam dakwahnya mengingatkan bahwa dalam hal akidah tidak bisa ditawar, menikah dengan orang yang berbeda agama hukumnya haram. Dengan pantun beliau berpesan “*ngemil kurma bersama mahrom, nikah beda agama hukumnya haram*”. Beliau juga menjelaskan dalam pandangan islam terdapat hal yang dapat membatalkan pernikahan, salah satunya adalah salah satu pasangan suami/istri diketahui memiliki keyakinan yang berbeda. Sekalipun suami-istri itu sudah memiliki banyak anak, ketika dikemudian hari ditemukan mereka memiliki keyakinan yang berbeda, maka pernikahan menjadi batal. Beliau juga menyampaikan bahwa lebih baik menikah dengan budak dibandingkan dengan menikah dengan berbeda agama.

e) Kategori Tema/Topik “Rezeki & Sedekah”

Video 1

Judul: *Perbesar Gajimu Lewat Cara yang Halal, Kata Ustadz x Kitabisa.com*

Link: <https://youtu.be/hIcJ4WvBCE0>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 3 Desember 2021 dan telah ditonton sebanyak 122.884 dengan 4.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 14 menit 38 detik (Q&A: 7 menit 27 detik, Dakwah: 7 menit, 11 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai bagaimana cara mereka memperbesar gaji. Kemudian Habib Husein ja'far memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 22 : Video Kata Ustadz season 2 (Perbesar Gajimu Lewat Cara yang Halal)

a. Rangkuman Video:

Habib Husein Ja'far mereaksi video talent “Kata Ustadz” mengenai bagaimana memperbesar gaji dengan cara halal. Para talent ditanya mengenai gaji pertama mereka dan digunakan untuk apa gaji tersebut. Respon yang didapat bervariasi, ada yang menjawab <1jt ada juga yang lebih, dan digunakan memenuhi kebutuhan hidup, diberikan untuk orangtua dan untuk *lifestyle*. Dalam video tersebut tidak hanya talent saja yang ditanya, akan tetapi ada juga warga di jalan yang ditanya mengenai penghasilannya, respon yang didapatpun bervariasi ada yang menjawab 500 ribu, ada yang menjawab 100 ribu, ada juga yang menjawab 500 ribu. Kemudian para warga yang ditanya merasa bahwa kondisi pandemic covid19 memberikan dampak

terhadap penghasilan mereka.

Kemudian para talent “Kata Ustadz” dan warga yang ada di jalan ditanya berapa gaji impian mereka, para talent ada yang menjawab diatas 500 juta, 80 juta satu insta story, dan ada yang menjawab sebesar mungkin, sementara para warga yang ada di jalanan menjawab bahwa mereka ingin memiliki gaji yang dapat mencukupi kebutuhan, ingin punya modal untuk membuka warung kecil-kecilan, dan ada juga yang ingin gaji sebesar-besarnya. Di pertanyaan berikutnya para talent “Kata Ustadz” diminta menebak gaji pekerjaan orang yang ada di dalam gambar. Gambar yang ditebak gajinya yaitu kuli pasar, badut, penyemir sepatu, manusia silver, cleaning service, pengamen, pengepul barang bekas, ojek online, pedagang asongan, penyapu jalanan.

Setelah menebak gaji profesi dalam gambar para talent mengatakan bahwa mereka bersyukur dengan gaji mereka sekarang. Begitupun dengan para warga di jalanan mereka juga bersyukur dengan apapun keadaan mereka. Kemudian para talent ditanya mengenai hak orang lain dalam rezeki kita, semua talent menjawab dalam rezeki yang mereka terima harus disedekahkan karena ada hak orang lain. Di akhir video Habib Husein Ja'far menanggapi video mengenai perbesar gaji dengan cara halal yakni melalui sedekah dengan dakwah (ceramah). Habib Husein Ja'far menanggapi video talent yang membahas mengenai memberpesar gaji dengan cara halal, dalam dakwahnya beliau menceritakan kisah Abdurrahman bin Auf, salah satu sahabat Rasulullah SAW yang dikenal kaya dan masuk ke surge lewat jalur sedekah, dan menjadi sahabat yang pertama kali masuk islam. Berkat Abdurrahman Bin Auf yang membawa 700 Unta ke Madinah, perekonomian Madinah menjadi membaik dan juga meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tentu saja sangat membantu dakwah Rasulullah SAW, sehingga beliau menjadi sahabat yang melia di sisi Rasulullah SAW dan Allah SWT. Dengan cerita tersebut kita bisa ketahui bahwa tidak masalah jika kita menginginkan gaji yang besar (kekayaan) akan tetapi dengan cara yang halal, dan jangan dengan cara yang haram atau sumber yang haram.

b. Analisis Video:

- **Define Problems** (Pendefinisian Masalah):

Saat ini investasi digital banyak diminati anak muda (Generasi Y dan Z). Dengan berinvestasi orang akan mendapatkan uang tanpa bekerja. Hal tersebut membuat banyak anak muda (Generasi Y dan Z) menaikkan gaji dengan dengan cara investasi. Investasi menjadi populer dan banyak dilakukan saat ini, terlebih dengan adanya *Fintech* dan aplikasi kekinian lain yang banyak memudahkan transaksi. Namun saat ini juga ada banyak kasus penipuan dan kasus investasi bodong yang meresahkan. Belakangan ini ramai kasus investasi yang melibatkan *influencer* ternama yang merugikan banyak orang.

- **Diagnose Causes** (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Hal yang menyebabkan Keinginan untuk mendapatkan kekayaan secara instan dan cepat, kemudian menginginkan gaji besar namun malas meningkatkan skill. Kemudian literasi digital yang masih kurang sehingga banyak orang tertipu oleh oknum-oknum tidak bertanggungjawab yang menyebabkan kehilangan banyak uang dan mengalami banyak kerugian

- **Make Moral Judgement** (Membuat Keputusan Moral)

Menginginkan gaji yang besar tentu saja diperbolehkan. Manusiawi bagi manusia menginginkan pendapatan yang besar, namun untuk mendapatkannya juga dibutuhkan usaha dan proses yang panjang. Tidak bisa didapatkan secara instan. Mensyukuri apa yang dimiliki tentu akan lebih bai dibandingkan merasa iri dengan orang-orang yang melakukan *flexing*. Karena kehidupan yang ditampilkan di media sosial bisa jadi bukan merupakan kehidupan yang sebenarnya. Menginginkan kekayaan manusiawi, dan untuk mendapatkannya harus dengan cara yang halal sehingga gaji/rezeki yang didapatkan menjadi berkah.

- **Treatment Recommendation** (Menekankan Penyelesaian)

Habib Husein Ja'far berpesan kepada kita agar mengupgrade skill, mengupgrade wawasan, dan kreativitas agar gaji juga terupgrade, jangan sampai kita menginginkan gaji besar akan tetapi tidak ada pergerakan yang

dilakukan, karena hal tersebut bisa berbahaya. Menimbulkan pemikiran melakukan hal-hal yang tercela seperti korupsi, mencuri dan sebagainya. Kaya itu penting akan tetapi kita juga harus tetap bersyukur berapapun gaji yang kita dapatkan. Seperti kata nabi Qana'ah, merasa cukup dengan gaji yang didapatkan dan kita juga harus belajar mengenai manajemen keuangan. Dengan demikian gaji berapapun yang didapat akan cukup sembari mengusahakan upgrade gaji dengan cara yang halal. Dengan merasa cukup maka kita akan bersyukur, dengan bersyukur maka rezeki kita akan bertambah. Allah SWT mengajarkan dalam surat At-Taubah ayat 103 bahwa apapun yang kita miliki tidak semua milik kita ada hak orang lain yang harus dikeluarkan melalui sedekah, infaq, zakat. Habib Husein ja'far mengingatkan kepada kita untuk menghitung zakat gaji kita, karena ketika tidak berzakat maka akan mengotori kita. Fungsi zakat untuk membersihkan harta dan diri, mendapatkan doa, dan mendapatkan kedamaian.

Video 2

Judul: Pentingnya Sedekah Jariyah Untuk Investasi di Akhirat, Kata Ustadz x Kitabisa.com

Link: <https://youtu.be/TishRfyf6uo>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 7 Desember 2021 dan telah ditonton sebanyak 59.000 dengan 2.200 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 14 menit 9 detik (Q&A: 6 menit 25 detik, Dakwah: 7 menit, 44 detik. Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai ciuman. Kemudian Habib Husein ja'far memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 23 : Video Kata Ustadz season 2 (Pentingnya Sedekah Jariyah Untuk Investasi di Akhirat)

a. Rangkuman Video:

Habib Husein Ja'far mereaksi video talent "Kata Ustadz" mengenai amal jariyah. Para talent ditanya mengenai amal jariyah, respon yang didapatkan sebagian sudah memahami amal jariyah, namun ada juga yang belum. Dalam video tersebut juga terdapat warga di jalanan yang ditanya pertanyaan yang sama. Kemudian pertanyaan selanjutnya mengenai contoh amal jariyah, ada yang menjawab membangun masjid, memberikan sumbangan ke masjid, senyum, mengajarkan ilmu, menolong sesama manusia, mendoakan orangtua dan jawaban lainnya. Kemudian mereka ditanya apakah memberikan uang kepada pengemis termasuk amal jariyah, ada yang menjawab termasuk ada juga yang menjawab hal yang demikian lebih kepada sedekah daripada amal jariyah. Selanjutnya mereka ditanya apakah amal jariyah bisa terputus, sebagian besar menjawab tidak.

Kemudian mereka ditanya apabila dalam melakukan amal jariyah dipamerkan apakah amal jariyah tetap berjalan, jawaban yang didapatkan ada yang menjawab terputus amalnya karena riya, ada yang menjawab pahalanya mengalir tapi dosanya juga mengalir, ada yang menjawab akan jadi bahan omongan orang jika melakukan amal jariyah dipamerkan, ada juga menjawab tergantung niat dari orang yang melakukan amal jariyah. Selanjutnya para talent diminta memperagakan cara mereka saat melakukan amal jariyah dengan mengisi kotak amal, ada yang melakukan dengan melipat uang hingga kecil, ada yang dengan menutup dengan mukena, ada juga yang mengaku berpura-pura mengisi kotak amal saat shola tied.

Di akhir video Habib Husein Ja'far memberikan tanggapan mengenai video amal jariyah dan memberikan penjelasan mengenai amal jariyah melalui dakwah (ceramah). Habib Husein Ja'far menanggapi video talent mengenai amal jariyah, dalam dakwahnya beliau membenarkan kesalahpahaman mengenai yang disebut amal jariyah yang sebenarnya adalah shodaqoh jariyah. Ketika seseorang mati terputuslah semua amalnya kecuali tiga hal yakni: sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat, dan anak soleh.

b. Analisis Video:

- *Define Problems* (Pendefinisian Masalah):

Belum banyak orang yang memahami manfaat dari amal jariyah, bahkan istilah amal jariyah sedikit terjadi kekeliruan, harusnya penyebutan yang benar adalah Sadaqoh jariyah.

- *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Sadaqoh jariyah belum menjadi kebiasaan dalam keidupan sehari-hari. Kemudian pemahaman mengenai manfaat sadaqoh jariyah belum terbentuk.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Terkait dengan sadaqoh jariyah bisa dilakukan dengan sembunyi-sembunyi atau dengan terang-terangan. Yang terpenting dari itu adalah niat. Dengan niat mengharapkan ridho Allah SWT, yang dengan demikian sadaqoh jariyah bisa amal yang kebajikannya mengalir dan menjadi bekal investasi di akhirat nanti.

- *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Sedekah jari merupakan amal yang meskipun kita sudah mati pahalanya akan tetap mengalir, jika diibaratkan seperti dana pensiun. Secara bahasa amal atau sedekah adalah perbuatan baik/pemberian yang baik, jariyah adalah yang mengalirkan kebaikan. Dengan demikian sedekah jariyah adalah kebaikan yang diberikan kepada orang lain yang terus mengalir kebajikannya. Sedekah jariyah penting bagi kita untuk menjadi investasi dan pegangan di akhirat. Karena tempat tinggal kita yang sejati nantinya di akhirat.

f) Kategori Tema/Topik “Azab Kubur”

Video 1

Judul: *Dikasih Liat Azab Kubur, Ini Reaksi Mereka*

Link: <https://youtu.be/wtuIAnWN4Ag>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 9 Juli 2021 dan telah ditonton sebanyak 702.443 dengan 27.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan

durasi 8 menit 6 detik (Q&A: 4 menit 54 detik, Dakwah: 3 menit, 11 detik). Video berisi *social experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai azab kubur. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 24 :Video Kata Ustadz Season 2 (Dikasih Liat Azab Kubur, Ini Reaksi Mereka)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai azab kubur. Para talent ditanya mengenai apa yang mereka ketahui tentang azab kubur, beberapa respon yang didapat azab kubur merupakan siksa di alam kubur, hal yang mengerikan. Kemudian mereka ditanya apa yang ditanyakan oleh malaikat di alam kubur, ada yang menjawab lupa, ada juga yang menjawab “*Man rabbuka*”. Selanjutnya mereka ditanya hukuman apa yang akan mereka terima di alam kubur nanti, ada yang menjawab ditusuk dengan besi panas di alam kubur, ada yang menjawab dicambuk, digigit belatung. Berikutnya para talent diminta untuk melihat video azab kubur, kemudian membaca & melihat buku siksa kubur, kebanyakan talent merasa takut, dan ingin bertaubat.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Beliau menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai azab kubur, beliau menyampaikan agar kita meyakini bahwa ada siksa kubur dan siksa neraka. Berdasarkan hadits dimana Rasulullah SAW bersama dengan Abdullah Ibnu Abbas melewati dua kuburan, kemudian Rasulullah SAW menangis tersedu-sedu. Abdullah Ibnu

Abbas bertanya mengapa engkau menangis Rasulullah?, Rasulullah SAW menjawab bahwa kedua penghuni kuburan tersebut sedang disiksa dengan sebab, yang satu karena kencingnya tidak benar dalam membersihkannya atau istinja'nya, yang kedua karena semasa hidupnya gemar membuka, mengadu domba aib dari saudaranya. Berdasarkan hal tersebut berarti bahwa siksa kubur benar adanya.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Kematian merupakan hal yang pasti dan kehidupan di dunia hanyalah sementara, namun banyak orang cenderung mengutamakan dunia dibandingkan akhiratnya. Setelah seseorang menemui kematiannya, ia akan memasuki alam kubur (alam barzah), dimana terdapat siksa kubur bagi mereka yang semasa hidupnya berbuat dosa. Dan yang bisa menolong hanyalah amal ibadah yang kita lakukan semasa hidup di dunia, namun banyak orang yang tidak mempersiapkan amal kebaikan untuk menolongnya setelah kematian dan cenderung sibuk memikirkan dunia.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Zaman yang telah berubah yang berdampak pada minimnya pengetahuan akan ilmu agama dan kedekatan dengan ajaran agama yang berkurang di tengah anak muda, sehingga banyak yang tidak mengetahui bahwa hal sepele seperti istinja' bisa mengakibatkan siksa kubur.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Ustad Taufiqurrahman menyampaikan bahwa yang dapat menolong kita dari siksa kubur hanyalah ibadah kita. Kemudian berbicara mengenai azab di neraka dijelaskan dalam Q.S. An-Nisa ayat ke-56, Allah SWT menggambarkan mereka yang kufur dengan ayat-ayatnya "*Kullama najidat juludhum*", hangus kulit mereka "*Baddannahum juludan*", lantas diganti lagi dengan kulit yang baru, kemudian hangus lagi, dan terus demikian. Dengan demikian kita harus mempercayai adanya siksa kubur dan mempersiapkan bekal berupa amal ibadah agar kita selamat dari siksa kubur.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman berpesan jika ingin selamat dari siksa kubur maupun siksa neraka jadilah orang yang cerdas, yang pandai introspeksi diri & mempersiapkan bekal sebelum kematian. Karena semua bergantung kepada amal kita. “Pergi belanja ke pasar Kranji, Pulang lewat Cibubur”, “Kalau hidup kita pandai mengkaji, ke depan selamat di alam kubur”.

g) Kategori Tema/Topik “**Rukun Iman**”

Video 1

Judul: *Ketika Anak Muda Di Tes Pengetahuannya Soal Nabi*

Link: <https://youtu.be/immFPK6wVHA>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 20 Agustus 2021 dan telah ditonton sebanyak 364.892 dengan 19.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 10 menit 3 detik (Q&A: 7 menit 18 detik, Dakwah: 2 menit, 44 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai aurat. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 25 : Video Kata Ustadz Season 2 (Ketika Anak Muda Di Tes Pengetahuannya Soal Nabi)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai nabi. Para talent ditanya pertanyaan mengenai seberapa penting kita mengenal nama-nama nabi. Mereka semua menjawab sangat penting. Selanjutnya mereka diminta menyebutkan nama-nama nabi, sebagian besar menjawab sebagian nama nabi namun ada juga yang dapat menyebutkan 25 nama nabi. Kemudian mereka

ditanya mengenai istilah “*Ulul Azmi*”, ada ada yang menjawab tidak mengetahui, banyak juga yang mengaku lupa, jawaban lainnya *Ulul Azmi* merupakan sebutan bagi nabi yang memiliki mukjizat, *Ulul Azmi* merupakan 5 rasul pilihan Allah SWT. Kemudian mereka diminta menyebutkan nabi yang termasuk ke dalam *Ulul Azmi*, ada yang tidak bisa menyebutkan namun ada juga yang bisa menjawab sebagian nama dan ada juga yang menyebutkan semua nama nabi yang masuk ke dalam *Ulul Azmi*.

Pertanyaan berikutnya mereka ditanya tentang mukjizat nabi yang bisa berbicara dengan hewan, ada yang menjawab nabi Sulaiman, namun ada juga yang salah menjawab. Selanjutnya mereka ditanya mengenai seberapa kenal dengan nabi Muhammad SAW, berdasarkan jawaban yang disampaikan banyak yang kurang mengenal nabi Muhammad SAW, bahkan ada yang tidak mengetahui tanggal lahir nabi Muhammad SAW. Mereka juga ditanya mengapa di zaman sekarang banyak anak muda yang tidak mengidolakan nabi, beberapa jawaban yang didapat diantaranya dikarenakan modernisasi dan globalisasi, dikarenakan banyaknya artis K-pop, kemudian di tidak dibiasakan di lingkungannya.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai nabi. Ustad Taufiqurrahman juga berpesan agar para orangtua dan para calon orangtua mengajarkan anaknya agar mencintai nabi, keluarganya dan juga mencintai dan membaca Al-Qur’an, dan juga muda mudi zaman sekarang agar mengetahui 25 nabi yang wajib diketahui terutama sejarah nabi Muhammad SAW. Beliau menyebutkan salah satu sejarah perjuangan nabi Muhammad SAW yakni Isra’ Mi’raj, dimana nabi Muhammad SAW secara langsung menerima perintah solat dari Allah SWT yang tertuang dalam Qur’an surat Al-Isra’ juz 15 ayat 1.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Banyak anak-anak zaman sekarang yang tidak mengetahui nama-nama

nabi, dan lebih hafal nama artis maupun pemain sepakbola. Hal yang demikian sangatlah miris, dikarenakan nabi merupakan suri tauladan yang bisa dijadikan panutan dalam menjalani hidup sehingga penting mengetahui nama-nama nabi dan sejarahnya.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Banyak orang yang sudah melupakan pelajaran pengetahuan islam terkait nabi. Tidak dijadikannya kisah-kisah nabi sebagai pedoman dalam menjalankan kehidupan sehari-hari dan juga kurang dikenalkannya pengetahuan terkait islam termasuk mengenai sejarah para nabi sejak kecil. Berada di lingkungan yang tidak agamis, yang tidak terlalu mementingkan pengetahuan agama.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Dalam dakwahnya Ustad Taufiqurrahman menyampaikan bahwa sudah menjadi kewajiban bagi orangtua untuk *“Addibu auladikum ‘ala tsalatsa khisholin”* mendidik anaknya dalam tiga hal, yang pertama untuk *“ala hubby Nabiyyikum”* mencintai nabi-nabi-Nya, *“wa hubby ahli baityhi”* mencintai keluarganya, *“wa ala qiroatul Qur’an”* dan untuk mencintai mengenal baca tulis Al-Qur’an.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman berpesan agar kita semua memperhatikan solat dan bagi orangtua agar menyadari bahwa mereka memiliki kewajiban membuat anak-anaknya mengerti dan memahami sejarah nabi, terutama nabi Muhammad SAW sedari dini, kemudian beliau juga menambahkan pantun, *“Ke rumah mertua nenteng colenak, duduk di taman bersama tetamu”*, *“Orangtua yang sayang anak, bekali mereka dengan iman dan ilmu”*.

Video 2

Judul: *Apa Hal Terakhir Yang Ingin Lo Lakukan Sebelum Aja! Menjemput?*

Link: https://youtu.be/BJon_6VdJ8E

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 20 April 2022 dan telah ditonton sebanyak 102.162 dengan 3.500 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan

durasi 10 menit 9 detik (Q&A: 6 menit 55 detik, Dakwah: 3 menit, 14 detik). Video berisi *social experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai kematian. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 26 : Video Kata Ustadz Season 4 (Apa Hal Terakhir Yang Ingin Lo Lakukan Sebelum Ajal Menjemput?)

a. Rangkungan Video:

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai kematian. Para talent ditanya mengenai apakah mereka sudah siap mati atau belum, mereka semua menjawab belum. Kemudian mereka ditanya mengapa belum siap, jawaban mereka banyak yang merasa memiliki banyak dosa, ada juga yang menjawab siap tidak siap harus siap, ada juga yang menjawab jika sedang galau siap mati karena merasa tidak ada yang bisa diperjuangkan, ada juga yang menjawab masih ingin mencari keseimbangan dikarenakan merasa dosanya banyak, ada juga yang menjawab tidak tahu dan menangis. Selanjutnya mereka diminta mengikatkan kain kafan ke kepala dan menyempalkan kapas ke hidung, ada yang kabur dan tidak mau melakukannya, banyak juga yang merasa takut.

Berikutnya mereka ditanya perasaan mereka setelah memakai kain kafan dan menyempalkan kapas, ada yang merasa biasa saja, ada yang ingat mati, ada juga yang merasa takut. Kemudian pertanyaan berikutnya mereka ditanya apa yang akan mereka lakukan jika 3 jam lagi mereka mati, ada yang menjawab akan menyedekahkan seluruh tabungannya ke panti asuhan, ada

yang menjawab segera sholat, minta maaf kepada orang tua, meminta ampunan kepada Allah SWT. Pertanyaan berikutnya mereka ditanya jika boleh memilih mereka ingin mati kapan, jawaban mereka ada yang menjawab ingin mati saat sudah tua, ingin mati saat baru lahir supaya tidak merasakan kejamnya dunia, di umur 70 tahun, di saat sudah bertaubat, dalam keadaan khusnul khatimah, dalam keadaan sujud. Kemudian mereka ditanya ada pesan yang ingin disampaikan kepada ibu mereka, semua talent meminta maaf kepada orangtuanya.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai kematian. Ustad Derry Sulaiman menyampaikan bahwa orang yang paling cerdas dalam pandangan Allah SWT adalah orang yang paling banyak zikrul maut, orang yang paling banyak mengingat mati dan mempersiapkan bekal matinya. Hari ini kita berebut air yang hanya setetes mengabaikan samudera yang luas. Kita diperbolehkan tertawa, namun suatu hari tawa tersebut akan terhenti karena kematian, banyak orang yang menunda taubat dan banyak merencanakan ini itu, dan ternyata namanya sudah berada dalam gengaman malaikat maut.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Kematian merupakan hal yang pasti, namun banyak dari kita tidak mempersiapkan kedatangannya dan disibukkan dengan urusan dunia. Padahal dunia terlalu singkat jika dibandingkan dengan akhirat yang kekal. Banyak orang memfokuskan diri pada urusan dunia, bahkan hingga menghalalkan segala cara yang belum tentu diridhoi Allah SWT.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Belum adanya kesadaran bahwa kematian bisa datang kapan saja, kemudian terlalu sibuk dengan urusan dunia sehingga tidak terfikirkan kematian. Tidak pernah berziarah ke pemakaman dan mendatangi ta'ziah.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Dalam pandangan Allah SWT orang yang paling cerdas adalah orang

yang paling banyak mengingat kematian dan mempersiapkannya. Dikarenakan waktu di dunia yang singkat tidak ada apa-apanya dibandingkan akhirat. Kematian bukan perkara main-main, setelah mati kita akan hidup abadi, kehidupan di dunia yang sementara hanya 60-70 tahun menentukan nasib kita di akhirat selama-lamanya. Jangan sampai kita menggunakan waktu singkat di dunia untuk perkara yang sia-sia. Satu hari di akhirat sama dengan 1000 tahun di dunia, dan bahkan satu hari diakhirat bisa sama dengan 50.000 tahun di dunia, menurut Rasulullah SAW ketika kita ingin tahu perbandingan dunia dan akhirat celupkan ujung jari tangan ke samudera yang luas dan lihatlah air yang ada di ujung jari, itulah dunia.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Derry berpesan bahwa tidak ada kepastian selain mati, kematian adalah kepastian, Allah SWT telah memastikan kedatangannya namun Allah SWT rahasiakan waktu, tempat dan caranya. Maka kita harus membuat persiapan dan sekali-sekali berziarah ke pemakaman, kemudian kita bisa lihat panjang kuburan yang tidak sama, maknanya kita semua bisa mati tiba-tiba. Malaikat maut 70 kali dalam sehari menatap wajah kita, suka tidak suka, siap atau tidak siap, rela atau terpaksa kita akan meninggalkan dunia. Dunia bukan tempat tinggal tapi dunia tempat meninggal, sekarang kita diatas tanah esok hari tanah diatas kita, sekarang dunia nyata akhirat cerita, setelah mati akhirat nyata dunia tinggal cerita, jika ingin bertaubat segeralah bertaubat, dan buatlah persiapan sebelum kematian datang.

h) Kategori Tema/Topik “**Bersuci & Sholat**”

Video 1

Judul: *Yakin Wudhu Lu Udah bener*

Link: <https://youtu.be/gVxuWuA2ivk>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 3 Mei 2021 dan telah ditonton sebanyak 663.977 dengan 28.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 8 menit 2 detik (Q&A: 5 menit 28 detik, Dakwah: 2 menit, 34 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai

pendapatnya mengenai wudhu dan diminta untuk mempraktikkan wudhu. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 27 : Video Kata Ustadz Season 2 (Yakin Wudhu Lu Udah bener)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai wudhu. Pertanyaan pertama mereka ditanya apa yang mereka ketahui mengenai wudhu, jawaban mereka diantaranya, ada yang menjawab mandi mini, ada yang menjawab syarat sah sholat, wudhu itu membersihkan, kemudian kegiatan yang dilakukan sebelum sholat, wudhu mensucikan dari najis, untuk meredakan amarah, wudhu sebelum tidur untuk menjaga, untuk *skincare*. Kemudian mereka ditanya selain kentut apalagi yang membatalkan wudhu, ada yang menjawab bersentuhan dengan lawan jenis, ada yang menjawab dikentutin, ngupil, boker, kencing. Selanjutnya mereka ditanya niat wudhu dan diminta mempraktikkan wudhu, sebagian talent bisa melafalkan niat wudhu dan mempraktikkannya akan tetapi ada juga yang tidak mengetahui niat wudhu dan tidak bisa mempraktikkan wudhu.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai wudhu. Beliau menjelaskan bahwa secara hukum wudhu dipakai untuk menghilangkan hadats kecil, seperti buang angin, bersentuhan kulit dengan yang bukan mahrom. Karena tanpa wudhu tidak bisa melaksanakan sholat. Kemudian beliau

menyampaikan bahwa makan tidak membatalkan wudhu, karena yang membatalkan wudhu yaitu: bersentuhan kulit laki-laki dan perempuan tanpa penghalang dan bukan mahrom dalam pandangan syafiiyah, keluar segala sesuatu dari dubur maupun qubul, tertidur yang pulas. Kemudian wudhu yang sempurna dijelaskan dalam Q.S Al-Maidah ayat ke-6, wudhu yang diawali dengan niat, kemudian membasuh wajah, tangan, rambut, kemudian kaki dan dilakukan dengan tertib. Di akhir dakwahnya beliau menyampaikan pesannya dengan pantun “*Ada daun mengkudu ada daun markisa*”, “*Dengan sebab wudhu menjadi penggugur dosa*”.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Seperti yang diketahui berdasarkan respon para talent di video masih banyak yang tidak mengetahui niat wudhu dan mempraktikkannya, padahal wudhu merupakan syarat sah sholat. Banyak juga yang belum mengetahui hal-hal yang membatalkan wudhu.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Kurangnya kesadaran akan pentingnya wudhu sebagai syarat sah sholat. Kemudian rendahnya dasar pengetahuan agama yang disebabkan karena ketidaktahuan yang diakibatkan oleh rendahnya keinginan untuk mempelajari ketentuan agama.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Wudhu merupakan syarat sah sholat sehingga mengetahui niat, tata cara dan hal yang membatalkan wudhu merupakan suatu keharusan. Berdasarkan Q.S Al-Maidah ayat ke-6, wudhu yang sempurna yang diawali dengan niat, kemudian membasuh wajah, tangan, rambut, kemudian kaki dan dilakukan dengan tertib. Kemudian beliau menyampaikan bahwa makan tidak membatalkan wudhu, karena yang membatalkan wudhu yaitu: bersentuhan kulit laki-laki dan perempuan tanpa penghalang dan bukan mahrom dalam pandangan syafiiyah, keluar segala sesuatu dari dubur maupun qubul, tertidur yang pulas.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman menyampaikan pesannya dengan pantun “*Ada daun mengkudu ada daun markisa*”, “*Dengan sebab wudhu menjadi penggugur dosa*”. Beliau menyampaikan bahwa berdasarkan hukum wudhu merupakan syarat sah shalat.

Video 2

Judul: *Giliran Ditanya Sholat, Ini Jawaban Anak Muda Zaman Sekarang*

Link: <https://youtu.be/9dKxWTm91Go>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 1 Mei 2021 dan telah ditonton sebanyak 2.103.436 dengan 76.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 8 menit 52 detik (Q&A: 6 menit 2 detik, Dakwah: 2 menit, 50 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan diminta pendapatnya mengenai shalat. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 28 : Video Kata Ustadz Season 1 (*Giliran Ditanya Sholat, Ini Jawaban Anak Muda Zaman Sekarang*)

a. Rangkuman Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai shalat. Mereka ditanya mengenai seberapa sering mereka shalat sebagian besar menjawab 5 kali, ada yang menjawab 3-4 kali, bahkan ada yang menjawab 6 kali dengan sunnah, tapi ada juga ada yang menjawab jarang bahkan tidak pernah. Pertanyaan selanjutnya, mereka ditanya pernahkah mereka *skip* shalat, sebagian besar menjawab pernah, tapi ada juga yang menjawab tidak pernah dan tetap istiqomah menjaga shalat 5 waktu. Jawaban mereka mengenai

sholat yang sering di *skip* diantaranya: sholat subuh karena terlewat, dzuhur & ashar karena bepergian keluar kota dan jadwal padat, maghrib karena waktunya yang singkat, ada juga yang menjawab 5 sholat waktu di *skip*. Kemudian mereka ditanya mengenai hal yang mengganggu saat shalat, beberapa jawaban mereka yaitu, lupa rakaat, lirik lagu, orang yang ada di depannya saat sholat menggunakan pakaian yang ada tulisannya, tidak bisa khusyu' karena ada yang dipikirkan, lupa bacaan shalat, rencana yang belum dilakukan, warteg, pekerjaan dan lain sebagainya.

Tapi ada juga yang menjawab tidak ada yang mengganggu saat shalat dan ada juga yang menjawab biasa saja dan tidak ada yang mengganggu karena sholat dilakukan dengan cepat. Pertanyaan berikutnya mereka ditanya mengenai bagaimana sholat agar khusyu', beberapa jawaban yang didapatkan diantaranya, sholat di waktu malam, sholat tepat waktu setelah adzan, fokus saat waktunya sholat, meresapi bacaan sholat, ada juga yang menjawab sholat sendiri supaya bisa khusyu. Pertanyaan terakhir yang ditanyakan yaitu mengenai apakah sholat mereka diterima atau tidak, beberapa yakin sholatnya diterima, ada juga yang merasa sholatnya tidak diterima dan meyerahkan semuanya kepada Allah SWT. Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent "Kata Ustadz" dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai sholat. Ustad Taufiqurrahman memulai dakwahnya dengan pantun yang menjadi ciri khasnya dalam berdakwah "Berpangku tangan kaki dilipat, naik kereta makan coklat", "ketenangan kita dapat ketika kita mendirikan sholat", dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al- Muddasir juz 29 ayat ke 42-43, yang menjelaskan bagi mereka yang berani meninggalkan sholat lima waktu, apalagi apabila hatinya tidak merasa bersalah, hal yang demikian berarti mereka sudah terjangkit penyakit hati, sehingga tidak ada beban.

b. Analisis Video:

- **Define Problems (Pendefinisian Masalah):**

Sholat 5 waktu merupakan kewajiban umat muslim yang harus dijalankan. Sebab sholat merupakan tiang agama. Namun ada banyak orang

meninggalkan sholat dengan berbagai alasan, hal yang demikian menjadi realitas dan persoalan yang terjadi di masyarakat kita saat ini. Persoalan lainnya adalah sulit untuk menjalankan sholat dengan khusyu’.

- *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Kesibukan dengan urusan dunia membuat banyak orang menunda/meninggalkan sholat 5 waktu. Kurangnya kesadaran dalam menjalankan sholat wajib 5 waktu menjadi hal yang banyak ditemukan saat ini. Kemudian ada juga yang disebabkan karena tidak tahu /lupa bacaan sholat membuat orang meninggalkan sholat. Banyak orang saat melaksanakan sholat juga tidak khusyu’ , hal tersebut dikarenakan pikirannya tidak bisa fokus.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Berdasarkan pendefinisian masalah yang berasal dari respon talent dalam video “Kata Ustadz” yang membahas mengenai sholat, kita bisa ketahui bahwa masih ada banyak umat muslim yang meninggalkan sholat wajib 5 waktu, terutama anak muda (Generasi Y dan Z) padahal sholat merupakan tiang agama. Sholat merupakan ibadah yang pertama kali dihitung. Kemudian banyak juga diantara talent yang ditanya kesulitan untuk menjalankan sholat dengan khusyu’. Kemudian terkait dengan persoalan tersebut meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjalankan sholat 5 waktu menjadi hal yang harus dilakukan. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara berdakwah, mengajak kepada kebaikan.

Seperti yang ditampilkan dalam dakwah channel youtube VDVC Religi mengenai sholat yang disampaikan oleh Ustad Taufiqurrahman. Beliau menyampaikan bahwa dijelaskan dalam dalam Al-Qur’an surat Al- Muddasir juz 29 ayat ke 42-43, “*Maa salakakum fii saqor, qooluu lam naku minal musallii*”, apa yang menyebabkan manusia masuk ke dalam neraka yang paling dalam (neraka Saqor), “*Qoluu lam naku minal musallin*”, mereka menjawab karena saat hidup di dunia mereka tidak memperhatikan shalat lima waktu. Ayat tersebut menjelaskan bagi mereka yang berani meninggalkan sholat lima waktu, apalagi apabila hatinya tidak merasa bersalah, hal yang demikian berarti mereka sudah terjangkit penyakit hati,

sehingga tidak ada beban. Kemudian Allah SWT juga memberikan informasi dalam Al-Qur'an Surat Al-Maun, "*Fa wai lul-lil musallin*", celakalah bagi mereka yang sholat, yaitu sholat yang sahun, sholat yang hatinya kemana-mana, dan tidak berkonkonsentrasi. Solusi atas hal tersebut apabila sempat maka kerjakan sholat dengan berjamaah, karena jika shalat dengan berjamaah sekalipun tidak khusyu' akan tetap dicatat, bahkan barisan sholat berjamaah akan menjadi penentu penyebab sholat kita diterima Allah SWT.

- *Treathment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Berdakwah untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menegakkan solat sebagai tiang agama menjadi hal yang dilakukan oleh Channel youtube VDVC Religi. Dalam video mengenai sholat Ustad Taufiqurrahman menjelaskan bahwa tidak memperhatikan solat dan meninggalkan sholat lima waktu menyebabkan kita bisa berada di neraka sakor, yaitu neraka terdalam. Kemudian Ustad Taufiqurrahman menjelaskan bagaimana agar kita dalam menjalankan sholat bisa khusyu' dengan melakukan sholat berjamaah. Namun sholat berjamaah yang diniatkan karena Allah SWT bukan untuk riya. Dengan memperbaiki sholat maka Allah SWT akan memperbaiki kehidupan kita. Ustad Taufiqurrahman menutup dakwahnya dengan pantun yang berisi nasihat "*Buah dari cimanggis langsung ke Cibubur, Ke Surabaya tak boleh telat*", "*Menangis mayit di dalam kubur, karena di dunia sering mengabaikan sholat*". Dengan melaksanakan sholat maka hati kita akan menjadi tenang.

Video 3

Judul: Kacau! Anak Muda Tes Bacaan Ifitah & I'tidal, Banyak Yang Salah

Link: <https://youtu.be/c7SLW1mwaXc>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 2 Mei 2022 dan telah ditonton sebanyak 1.678.394 dengan 23.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 10 menit 44 detik (Q&A: 7 menit 40 detik, Dakwah: 3 menit, 4 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan dimintai pendapatnya mengenai bacaan sholat. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent "Kata Ustadz" dan

meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 29 : Video Kata Ustadz Season 4 (Kacau! Anak Muda Tes Bacaan Iftitah & I'tidal, Banyak Yang Salah)

a. Rangkungan Video:

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai bacaan Iftitah dan I’tidal. Para talent diminta untuk melafalkan bacaan iftitah, sebagian talent bisa melafalkan bacaan iftitah sesuai dengan bacaan yang mereka pelajari, namun ada juga talent yang tidak bisa melafalkan iftitah bahkan tidak tahu iftitah. Kemudian mereka ditanya mengenai bacaan I’tidal, banyak yang kebingungan bacaan I’tidal pada gerakan apa, sebagian besar mengetahui bacaan I’tidal namun ada juga yang lupa. Pertanyaan berikutnya mengenai bacaan duduk diantara dua sujud banyak talent yang lupa bacaan duduk diantara dua sujud, namun ada juga yang hafal dan bisa melafalkannya dengan lancar. Selanjutnya mereka diminta melafalkan bacaan tahiyat akhir, ada yang melafalkan dengan lancar, ada yang menjawab sambil mengingat, ada juga yang menjawab tidak tahu, dan ada juga yang menambahkan doa untuk menghindari dajjal.

Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai bacaan sholat iftitah dan I’tidal. Ustad Derry Sulaiman menyampaikan bahwa sekarang ini umat Rasulullah di akhir zaman, umat yang sudah terpisah 1.400 tahun dari Rasulullah SAW, sekarang ini banyak tontonan menjadi tuntunan, tuntunan jadi tontonan.

Sekarang ini ketika kita bertanya pada anak muda mengenai perkara agama banyak yang tidak tahu, bahkan Ustad Derry Sulaiman memiliki pengalaman saat di pasar beliau bertanya mengenai nama ibu nabi, ayah nabi, siapa nama sahabat kepada anak kecil, namun banyak yang tidak tahu, bahkan lebih tahu artis korea atau pemain sepakbola. Istilah-istilah yang gaul di sosial media banyak diketahui akan tetapi nama bacaan sholat banyak yang tidak tahu. Hal yang demikian dikarenakan lemahnya hubungan kita dengan agama, lemahnya hati kita dengan Allah SWT karena waktu kita sibuk untuk dunia. Kemudian saat ini informasi terkait akhirat minim sekali ada dikalangan anak muda.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Banyaknya anak muda di zaman sekarang yang tidak mengetahui bacaan sholat dan juga istilah gerakan sholat. Padahal sholat merupakan ibadah pertama yang akan dihisab dan merupakan tiang agama. Sehingga mengetahui bacaan dan gerakan sholat merupakan hal yang wajib.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Tidak diajarkan bacaan dan gerakan sholat yang benar oleh orangtua. Lingkungan yang tidak terlalu memperhatikan urusan agama. Belum adanya keinginan untuk mempelajari bacaan dan gerakan sholat, dan iman yang lemah. Mininya informasi terkait agama dikalangan anak muda.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Banyak orang saat ini menjadikan tuntunan sebagai tontonan, dan tontonan sebagai tuntunan. Kemudian di masa sekarang banyak yang tidak mengetahui perkara agama, hal tersebut dikarenakan lemahnya hati dan hubungan dengan Allah SWT, sehingga banyak dari kita tidak memiliki dorongan untuk mempelajari pengetahuan-pengetahuan mengenai agama.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Derry Sulaiman berpesan agar kita segera mencari guru yang terbaik, dengan adanya guru kita akan lebih mengenal Allah SWT, mengenal Rasulullah SAW dan mengetahui *fadhilah-fadhilah* dari apa yang Allah SWT

perintahkan, dengan demikian ketika kita mengetahui *fadhilahnya* akan lebih membuat kita bersemangat untuk mencari ilmu, terlebih ilmu agama.

Video 4

Judul: *Ketika Anak Muda Disuruh Adzan dan Qomat*

Link: <https://youtu.be/mxD-BS7SpZ0>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 23 Juli 2021 dan telah ditonton sebanyak 507.746 dengan 27.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 9 menit 46 detik (Q&A: 6 menit, Dakwah: 3 menit, 46 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan diminta pendapatnya mengenai adzan dan qomat. Kemudian Ustad Taufiqurrahman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 30 : Video Kata Ustadz Season 2 (Ketika Anak Muda Disuruh Adzan dan Qomat)

a. Rangkungan Video:

Ustad Taufiqurrahman mereaksi video talent “Kata ustadz” (Generasi Y dan Z), dalam video tersebut mereka ditanya mengenai adzan dan qomat. Para talent ditanya makna adzan, ada yang menjawab adzan panggilan untuk sholat, seruan, mengingatkan waktu sholat, panggilan Allah untuk segera sholat. Kemudian mereka ditanya apakah ketika ada adzan mereka berhenti beraktivitas atau justru masa bodo. Ada yang menjawab berhenti, ada yang menjawab tergantung situasi (kondisional). Selanjutnya mereka ditanya apakah mereka terganggu dengan suara adzan, sebagian besar menjawab tidak terganggu, tapi ada juga yang merasa terganggu. Berikutnya mereka ditanya ketika mendengar suara adzan apakah langsung sholat atau tidak?

Ada yang menjawab langsung sholat ada yang menjawab telat, ada yang kadang-kadang langsung sholat kadang-kadang tidak. Kemudian talent laki-laki diminta untuk adzan, kemudian talent perempuan diminta untuk qomat. Pertanyaan selanjutnya para talent ditanya mengapa bayi baru lahir dan diadzanin, jawaban mereka agar menjadi anak yang sholeh/sholehah, kemudian orang baru meninggal terakhir kalinya mendengar adzan, untuk bekal di akhirat.

Di akhir video Ustad Taufiqurrahman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah). Ustad Taufiqurrahman menanggapi respon para talent ketika ditanya mengenai adzan dan qomat. Abdullah Ibnu Mas’ud bertanya kepada Rasulullah SAW tentang amal ibadah yang Allah SWT sukai, amal tersebut berkaitan dengan adzan. Rasulullah SAW menjawab, sholat di awal waktu, dan sholat mulai dikerjakan ketika dikumandangkan adzan. Sejarah adanya adzan adalah yakni Abdullah Bin Zaid dalam mimpinya mendapatkan seruan-seruan yang adalah lafadz adzan, kemudian beliau mengadukan mimpinya kepada Rasulullah SAW, dari mimpi tersebut diterima dan Rasulullah meminta Bilal Bin Rabbah untuk melantunkan adzan.

b. Analisis Video

- *Define Problems (Pendefinisian Masalah)*

Adzan dan qomat merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari sholat, dimana sholat merupakan tiang agama. Namun ada banyak orang yang ketika mendengar adzan tidak segera sholat bahkan tidak berhenti melakukan aktivitasnya, bahkan ada juga yang merasa terganggu.

- *Diagnose Causes (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)*

Kesibukan dengan pekerjaan dunia yang menyebabkan banyak orang melalaikan panggilan sholat (adzan) dan menunda-nunda sholat.

- *Make Moral Judgement (Membuat Keputusan Moral)*

Pentingnya adzan dan qomah berkaitan dengan kisah Abdullah Ibnu Mas’ud yang bertanya kepada Rasulullah SAW mengenai amal ibadah apa yang Allah SWT sukai, Rasulullah SAW kemudian menjawab, sholat di awal

waktu, dan sholat mulai dikerjakan ketika dikumandangkan adzan. Hal yang demikian menunjukkan betapa pentingnya adzan dan qomat.

- *Treatment Recommendation (Menekankan Penyelesaian)*

Ustad Taufiqurrahman berpesan bahwa orang yang gemar mengabaikan panggilan sholat adalah sahabat iblis. Untuk itu ketika mendengar adzan maka segeralah penuhi seruan adzan, dengan demikian kita termasuk ke dalam orang-orang yang mendirikan sholat. “ *Berpangku tangan kaki dilipat, naik kereta makan coklat*”, “ *Ketenangan yang kita dapat, ketika kita menjaga untuk terus mendirikan sholat*”.

i) Kategori Tema/Topik “**Pengetahuan Islam/ Ngaji**”

Video 1

Judul: *Disuruh Ngaji, Ini Reaksi Anak Muda Zaman Sekarang*

Link: https://youtu.be/L2Rc-3fS_6s

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 16 April 2021 dan telah ditonton sebanyak 5.530.867 dengan 175.000 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan durasi 8 menit 12 detik (Q&A: 4 menit 28 detik, Dakwah: 3 menit, 34 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditanya dan diminta pendapatnya mengenai mengaji kemudian diminta untuk praktek mengaji. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 31 : Video Kata Ustadz Season 1 (*Disuruh Ngaji, Ini Reaksi Anak Muda Zaman Sekarang*)

a. Rangkuman Video:

Ustadz Derry Sulaiman mereaksi video, dalam video tersebut talent “Kata Ustadz” (Generasi Y dan Z) ditantang untuk mengaji. Respon yang didapat sebagian besar sudah bisa mengaji, akan tetapi ada juga yang tidak bisa, dan ada juga yang mengaku lupa. Kemudian mereka juga ditanya kapan terakhir kali mengaji responnya juga bervariasi. Ada yang menjawab terakhir kali mengaji sewaktu smp, tahun lalu, puasa tahun kemarin, jum’at kemaren, semalam, tadi siang, saat maghrib jika sempat. Mereka juga ditanya perasaan mereka saat mengaji, beberapa respon yang didapat adalah mereka merasa tenang, adem, merasa dilindungi, merasa seperti di bulan puasa, bahkan ada juga yang merasa mengaji rasanya biasa-biasa saja. Setelah itu mereka diminta untuk membaca ayat Al-Quran, ada yang dapat membacanya, namun ada juga yang tidak.

Setelah membaca ayat Al-Qur’an mereka ditanya manfaat mengaji, beberapa jawaban mereka seperti, supaya bisa ngobrol dengan orang arab, disayang orangtua, bisa masuk surga, sebagai kewajiban umat muslim, untuk ruqyah, menenangkan diri, mengajari anak mengaji. Di akhir video Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent “Kata Ustadz” dan memberikan dakwah (ceramah). Menanggapi video para talent “Kata ustadz”, dalam dakwahnya beliau memberikan penjelasan berdasarkan hadits Rasulullah SAW “*Khairukum man ta’alamal Qur’an wa’alamahum*”, yaitu sebaik-baiknya manusia menurut Rasulullah SAW adalah orang yang belajar Al-Qur’an dan mengajarkannya.

Beliau menjelaskan bahwa orang terbaik dalam pandangan Allah SWT adalah orang yang menyibukkan dirinya dalam belajar Al-Qur’an dan mengajarkannya. Ustad Derry Sulaiman menanggapi respon para talent dalam video, dan menyayangkan beberapa jawaban, salah satunya alasan kenapa perlu belajar membaca Al-Qur’an ada yang menjawab supaya bisa bicara dengan orang arab, padahal *Fadhilah* membaca Al-Qur’an sangat banyak, jawaban yang demikian menurut beliau kurang adab terhadap Al-Qur’an, dikarenakan Al-Qur’an bukan hanya bahasa arab, akan tetapi juga

bahasa di alam kubur. Di alam kubur nanti kita akan ditanya “*Man Rabbuka*, siapa tuhanmu?”, orang-orang yang ahli membaca qur’an yang menjawab bukanlah mulutnya, akan tetapi Al-Qur’an yang dibaca di dunia akan memberikan pertolongan dan syafaat di alam lain. Dan Allah memerintahkan kepada mereka para penghafal Al-Qur’an untuk memasang mahkota dari cahaya kepada kedua orangtuanya, mereka juga akan mendapatkan 10 tiket syafaat bagi ahli keluarganya yang dijamin masuk neraka.

b. Analisis Video:

- *Define Problems* (Pendefinisian Masalah):

100 juta orang muslim di Indonesia buta terhadap aksara Al-Qur’an, padahal membaca Al-Qur’an merupakan salah satu dasar pengetahuan yang harus dimiliki oleh setiap muslim. Membaca Al-Qur’an memiliki banyak manfaat, dan sebaik-baiknya manusia adalah mereka yang membaca Al-Qur’an dan mengajarkannya. Namun seperti yang ditampilkan dalam video “Kata Ustadz” di atas kebanyakan talent tidak menjadikan membaca Al-Qur’an sebagai rutinitas, bahkan ada yang tidak bisa membacanya, padahal Al-Qur’an merupakan pedoman bagi umat islam.

- *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Membaca Al-Qur’an tidak menjadi rutinitas disebabkan oleh beberapa hal, diantaranya seperti membaca Al-Qur’an tidak dijadikan sebagai kebiasaan sedari kecil, kemudian tidak semua orang berasal dari latar belakang lingkungan yang mendukung untuk mempelajari agama islam dan mengamalkannya. Terlebih di masa kini, dimana teknologi sudah mendominasi banyak segi kehidupan, membuat kita semua disibukkan dengan urusan dunia.

Terutama anak muda (Generasi Y dan Z), yang waktunya banyak dihabiskan secara online 7-10 jam setiap hari. Kemudian akses terhadap pengetahuan agama (dakwah) tiap orang berbeda dan fakta bahwa latar belakang lingkungan juga turut mempengaruhi pembentukan kebiasaan anak muda (Generasi Y dan Z). Mereka yang tumbuh dan besar di lingkungan

yang agamis tentu pengetahuan agamanya akan berbeda dengan mereka yang berasal dari latar belakang umum. Kemudian mereka yang berada dalam lingkungan yang gemar membaca Al-Qur'an tentu akan lebih mudah menerapkan kebiasaan membaca Al-Qur'an sebagai rutinitas. Selanjutnya pengaruh internet dan teknologi yang saat ini menawarkan banyak hal, dan bisa diakses dengan mudah membuat kehidupan anak muda (Generasi Y dan Z) menjadi tidak terlepas dari hal tersebut. Terlebih Generasi Y dan Z merupakan generasi yang berada di usia produktif, dimana mereka memiliki banyak kesibukan sehingga sedikit memiliki waktu luang.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Berdasarkan pendefinisian masalah kita ketahui bahwa masih banyak orang muslim di Indonesia yang belum bisa membaca Al-Qur'an. Padahal berdasarkan hadits Rasulullah SAW "*Khairukum man ta'alamal Qur'an wa'alamahum*", yaitu sebaik-baiknya manusia menurut Rasulullah SAW adalah orang yang belajar Al-Qur'an dan mengajarkannya. Orang yang membaca Al-Qur'an akan mendapatkan banyak keuntungan seperti mendapatkan syafaat atau pertolongan di alam lain. Memanfaatkan waktu untuk membaca Al-Qur'an terlebih di bulan Ramadhan merupakan hal yang baik dilakukan dan bukanlah kegiatan yang membuang-buang waktu (*wasting time*)

- *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Berdakwah di media sosial menjadi jawaban dari persoalan yang telah diuraikan diatas. Teknologi dan internet bisa dimanfaatkan sebagai media untuk memperoleh pengetahuan agama, dalam hal ini untuk mempelajari bagaimana membaca Al-Quran dengan fleksibel dan efisien. Meskipun tentu saja akan lebih baik belajar membaca Al-Qur'an secara langsung bersama dengan guru. Kemudian media sosial juga bisa digunakan sebagai media untuk mengkampanyekan kebiasaan rutin membaca Al-Qur'an, agar membaca Al-Qur'an menjadi rutinitas bagi umat muslim di Indonesia. Dengan menggunakan media sosial kita juga bisa membuat lingkungan yang *supportif* yang akan saling mendukung dan mengingatkan untuk terus

menciptakan kebiasaan baik melalui group atau komunitas yang ada di media sosial. Seperti yang dilakukan oleh channel youtube VDVC Religi, yang menjadi media dakwah islam di platform youtube, yang menyebarkan dakwah melalui program “Kata Ustadz”.

Seperti yang bisa kita lihat dalam program “Kata ustadz”, Ustad Derry Sulaiman dalam video yang membahas mengenai tes mengaji menyampaikan seberapa penting membaca Al-Qur’an bagi umat muslim dan memotivasi agar anak muda (Generasi Y dan Z) lebih rajin membaca Al-Qur’an. Ustad Derry Sulaiman mengingatkan agar yang belum bisa membaca Al-Qur’an untuk segera belajar, karena membaca Al-Qur’an memiliki banyak manfaat bukan sekedar *wasting time*. Hal tersebut mengingat di Indonesia ada lebih dari 100 juta orang muslim yang buta aksara Al-Qur’an. Kemudian Ustad Derry Sulaiman juga menyampaikan apabila kita memiliki anak jangan suruh anak membaca Al-Qur’an saja, akan tetapi kita juga harus membacanya bersama anak-anak. Ustad Derry Sulaiman juga mengingatkan pada para suami untuk mengecek bacaan Al-Fatihah istrinya dikarenakan Al-Fatihah rukun sholat.

Ustad Derry Sulaiman memberikan semangat untuk terus membaca Al-Qur’an, karena satu huruf dari Al Qur’an memiliki sepuluh khasanah kebaikan, Al-Qur’an juga merupakan obat dari segala penyakit, dengan membaca Al-Qur’an hati kita menjadi tenang, dan Al Qur’an bukan hanya petunjuk untuk orang islam saja, sehingga banyak orang non-muslim mempelajari Al-Qur’an. Ustad Derry Sulaiman berpesan kita harus bersyukur Allah SWT telah memberikan kitab yang sempurna, sehingga kita haruslah rajin membacanya, terlebih di bulan Ramadhan kita diminta mengusahakan *one day one juz*.

Video 22

Judul: *Gawat! Masih Banyak yang Salah Saat Ditanya Pengetahuan Islam*

Link: <https://youtu.be/xxOQSQECGjA>

Video tersebut telah di unggah di youtube tanggal 6 Mei 2022 dan telah ditonton sebanyak 169.509 dengan 4.500 like per tanggal 6 Juni 2022. Dengan

durasi 11 Menit 17 detik (Q&A: 7 menit 40 detik, Dakwah: 3 menit, 37 detik). Video berisi *sosial experiment* dimana para talent ditantang mengikuti kuis mengenai pengetahuan islam. Kemudian Ustad Derry Sulaiman memberikan reaksi (*reaction video*) atas video talent “Kata Ustadz” dan meluruskan respon para talent “Kata Ustadz” dengan dakwah (ceramah) yang beliau sampaikan.



Gambar 4. 32 : Kata Ustadz Season 4 (Gawat! Masih Banyak yang Salah Saat Ditanya Pengetahuan Islam)

a. Rangkuman Video:

Ustad Derry Sulaiman mereaksi video talent “Kata Ustadz” mengenai sejarah islam. Para talent “Kata Ustadz” diminta menjawab soal mengenai sejarah islam dalam kuis cepat tanggap seru VDVC Religi. Pertanyaan pertama para talent ditanya mengenai siapa ibu Nabi Muhammad SAW, sebagian besar menjawab benar, namun ada juga yang menjawab salah. Berikutnya pertanyaan mengenai dimana Nabi Muhammad SAW dilahirkan, sebagian besar menjawab benar di Mekah, akan tetapi ada juga yang salah. Pertanyaan berikutnya mengenai siapa nabi yang membelah lautan dan pertanyaan mengenai siapa nabi yang paling tampan, semua talent menjawab benar. Kemudian pertanyaan berikutnya mengenai siapa manusia yang pertama kali meninggal, sebagian menjawab benar sebagian menjawab salah. Berikutnya mengenai malaikat yang meniup sangkakala, sebagian besar menjawab benar, meskipun ada juga yang menjawab salah. Pertanyaan selanjutnya mengenai binatang yang menyelamatkan nabi sebagian besar menjawab benar dan sebagian kecil menjawab salah. Kemudian pertanyaan mengenai nabi yang akan dijadikan qurban sebagian besar menjawab benar, ada juga yang menjawab salah. Pertanyaan berikutnya mengenai awal ibadah puasa dimulai saat adzan subuh, sebagian menjawab benar dan sebagian

menjawab salah.

Kemudian mereka ditanya mengenai firaun tenggelam di laut apa, hampir semua talent menjawab benar hanya 2 orang yang menjawab salah. Di akhir video Ustad Derry Sulaiman memberikan tanggapan mengenai video talent mengenai pengetahuan sejarah para talent, kemudian memberikan penjelasan dan tanggapannya melalui dakwah (ceramah). Ustad Derry Sulaiman menanggapi video talent mengenai pengetahuan mereka terhadap sejarah islam, dalam dakwahnya Ustad Derry Sulaiman menyampaikan bahwa seseorang yang mencintai seseorang akan mencari tahu hal-hal yang berkaitan dengan orang yang dicintainya, orang yang mengaku mencintai islam akan mencari segala sesuatu mengenai islam. Ustad Derry Sulaiman menyoroti reaksi talent dalam video yang banyak tidak mengetahui pengetahuan dasar islam seperti rukun iman, nama malaikat, nama nabi, kitab suci, nama ibunda Rasulullah SAW, nama kakek Rasulullah SAW, bagaimana kita bisa mengaku sebagai orang beriman ketika tidak mengetahui pengetahuan dasar islam.

b. Analisis Video:

- *Define Problems* (Pendefinisian Masalah):

Banyak orang tidak mengetahui pengetahuan dasar islam, terutama anak muda (Generasi Y dan Z). Padahal pengetahuan dasar islam merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui sebagai dasar sebagai seorang muslim.

- *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Banyak pengetahuan dasar keislaman yang terlupakan dikarenakan sibuk memikirkan hal lain. Pengetahuan- pengetahuan yang demikian mulai dikesampingkan oleh banyak orang.

- *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Sebagai seorang muslim pengetahuan dasar keislaman seperti rukun islam, rukun iman, nama nabi dan rasul, kitab suci, nama malaikat dan sejarah keislaman merupakan hal yang perlu diketahui sebagai bekal dalam menjalankan kehidupan sehari-hari sebagai seorang muslim, sehingga

mempelajarinya kembali sehingga kita bisa menjadi umat muslim yang beriman. Bagaimana bisa beriman jika kita tidak mengetahui pengetahuan-pengetahuan keislaman terkait rukun iman, rukun, islam, sejarah dan kisah rasulullah, keluarga, dan sahabatnya.

- *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

Pengetahuan islam sangat penting bagi umat muslim, dan karena itu Ustad Derry Sulaiman menghimbau agar kita mempelajari pengetahuan islam, dan tidak ada kata terlambat untuk mempelajarinya. Terlebih di era digital saat ini sangat mudah untuk mencari informasi termasuk terkait pengetahuan dasar keislaman. Beliau juga berpesan bahwa tidak ada kata terlambat untuk belajar, sebelum nafas di tenggorokan masih ada kesempatan untuk bertaubat. Ajal tidak menunggu kita bertaubat, kitalah yang harus bertaubat sebelum ajal.

F. Pembahasan Dakwahtainment di Kalangan Generasi Y dan Z (Analisis Framing Robert N. Entman Pada Channel Youtube religiOne/ VDVC Religi)

Perubahan dan perkembangan teknologi berdampak pada kehidupan sehari-hari umat manusia. Salah satu perkembangan teknologi yang paling signifikan adalah internet. Di Indonesia sendiri pengguna internet semakin meningkat, dan mayoritas pengguna internet merupakan generasi Y dan Z. Berdasarkan Survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) 2019, jumlah pengguna Internet di Indonesia sebesar 196,71 juta, naik sebesar 25,54 juta dari tahun sebelumnya yang berjumlah 171,17 juta. Mayoritas pengguna internet di Indonesia merupakan generasi muda yang tergolong ke dalam generasi Y dan Z, dengan persentase penggunaan internet terbesar sebanyak 19,5 % pengguna internet menghabiskan waktu di internet selama lebih dari 8 jam dalam sehari.⁹⁷ Generasi Z menghabiskan waktu *online* lebih lama dibandingkan dengan generasi Y.

⁹⁷ (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), “Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia,” 3.

Cantoni dan Tardini (2006) mengemukakan bahwa perkembangan internet yang cepat akan terus menyajikan kesempatan baru yang kemudian akan mengubah cara kita dalam melakukan sesuatu. Internet dan web menyediakan konvergensi yang lebih luas dengan media lain seperti radio, televisi, film, telephone begitupun sebaliknya. Dengan adanya konvergensi dengan media lain internet menjadi bisa diakses tidak hanya melalui komputer. Kemudian internet yang terus menyebarluas membuat kebutuhan akan literasi digital semakin diperlukan dikarenakan semakin banyaknya orang yang memerlukan internet untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Namun disisi lain keberadaan internet dapat menimbulkan kesenjangan digital terutama bagi mereka yang tidak memiliki akses internet. Nugroho dan Syarif (2012) menyimpulkan kemunculan internet dan media sosial bukan hanya metransformasi media tradisional akan tetapi juga mengubah khalayak, dari pengguna pasif dan penonton menjadi pengguna aktif dan anggota masyarakat yang bersangkutan.⁹⁸

Internet menawarkan kemudahan dan kepraktisan kepada manusia terkait dengan proses komunikasi. Komunikasi dalam pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung, secara sederhana makna komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Yang pada prinsipnya kegiatan komunikasi merupakan aktivitas pertukaran ide atau gagasan yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sama atas ide atau gagasan yang disampaikan.⁹⁹ Salah satu bentuk komunikasi adalah dakwah. Dalam dakwah ide atau gagasan yang disampaikan merupakan pesan dakwah yang mengandung ajaran yang berasal dari Allah SWT yang ada dalam Al-Qur'an dan juga Hadits.

Dakwah sendiri memiliki pengertian suatu kegiatan mengajak yang bentuknya bisa berupa lisan, tulisan, tingkah laku maupun hal lain yang dilakukan dengan perencanaan dan juga kesadaran sebagai usaha untuk

⁹⁸ Ibrahim and Irianta, *Komunikasi Yang Mengubah Dunia (Revolusi Dari Aksara Hingga Media Sosial)*, 102-103,108.

⁹⁹ Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, 4.

mempengaruhi orang lain baik individu maupun kelompok agar menimbulkan kesadaran dalam diri mereka tentang suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa adanya paksaan.¹⁰⁰ Menurut pendapat Jum'ah Amin Abdul Aziz, dakwah merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pendakwah (*da'i*) yang menyampaikan pesan dakwah yang berisi ajaran yang berasal dari Al-Qur'an dan Hadits kepada *mad'u*-nya dengan tujuan untuk memberikan kesadaran akan hal yang baik dan buruk tanpa adanya paksaan dan kemudian menimbulkan perubahan yang baik terhadap *mad'u*-nya. Dakwah menurut Jum'at Amin Abdul Aziz seruan kepada manusia akan islam yang hanif dengan keutuhan dan keuniversalannya dengan syiar dan syariat, dengan akidah dan kemuliaan akhlak, dengan metode yang bijaksana dan sarana-sarana yang unik serta penyampaian yang benar.

Dakwah merupakan salah satu komunikasi masa, dimana dalam komunikasi masa Laswell (1948) mengemukakan sejumlah tahapan yaitu siapa? berkata apa? melalui saluran apa? untuk apa? dan dengan efek apa?, yang dikemukakan oleh Laswell merupakan versi verbal dari Shanon dan Weaner yang melihat komunikasi sebagai transmisi pesan, dimana transmisi pesan lebih menunjukkan efek dan bukan makna. Efek yang menunjukkan perubahan yang bisa diukur dikarenakan elemen-elemen proses komunikasi bisa diidentifikasi dan perubahan pada elemen tersebut dapat mengubah efek. Kita bisa mengubah pengirim, pesan dan saluran, yang kemudian perubahan elemen-elemen tersebut akan menciptakan perubahan yang sesuai.¹⁰¹ Sebagai salah satu bentuk komunikasi dakwah juga dilakukan dengan tahapan seperti yang dikemukakan oleh Laswell. Tahapan dakwah siapa?, yang dimaksud dengan siapa adalah pendakwah (*da'i*), berkata apa?, yang dimaksud dengan berkata apa adalah pesan dakwah yang disampaikan, melalui saluran apa?, merujuk pada media/ metode apa yang digunakan untuk berdakwah, untuk apa? yakni mengenai tujuan dari dilakukannya aktivitas

¹⁰⁰ Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*, 6.

¹⁰¹ Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, 50.

dakwah, dengan efek apa? merujuk pada efek apa yang didapatkan setelah dilakukannya aktivitas dakwah oleh pendakwah (*da'i*) pada *mad'u* baik dalam hal pola pikir maupun tingkah lakunya.

Prof. Yunahar Ilyas (2019) menyebutkan terdapat empat unsur penting dalam dakwah yakni: 1) *Mubaligh* atau *dai/daiyah*, yaitu subjek dakwah yang merupakan orang yang menyampaikan dakwah, 2) *Maudhu* (*mad'u*), yaitu objek dakwah yaitu orang yang menerima pesan dakwah, dimana sasaran *mad'u* tidak hanya sebatas orang muslim saja, atau non-muslim saja akan tetapi keduanya, 3) *Thariqah* atau metode dakwah, yakni suatu cara yang digunakan oleh pendakwah (*Da'i*) dalam menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*, 3) Media dakwah, yakni media yang digunakan untuk menyampaikan dakwah oleh para pendakwah (*da'i*).¹⁰²

Saat ini dakwah tidak sebatas hanya dilakukan dari mimbar ke mimbar saja. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan internet membuat banyak media berkembang. Salah satu media yang saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah media sosial. Boyd (2009) mengemukakan bahwa media sesuai merupakan perkumpulan suatu perangkat lunak yang memungkinkan individu atau komunitas untuk berkumpul, berkomunikasi dan melakukan kolaborasi dalam suatu kasus atau bermain. Dimana kekuatan media sosial berada pada *User Generated Content* (*UGC*), dimana konten dihasilkan oleh pengguna bukan editor sebagaimana di instansi media masa. Kemudian Van Dijk (2013) menerangkan bahwa media sosial merupakan suatu platform yang memfokuskan pada eksistensi penggunaannya dan memfasilitasi dalam hal beraktivitas dan berkolaborasi, dengan demikian media sosial dilihat sebagai medium *online* yang menghubungkan penggunaannya sebagai ikatan sosial.¹⁰³

Berdasarkan pandangan diatas media sosial merupakan platform berbagi konten antar penggunaannya yang juga bisa menjadi medium dalam

¹⁰² “Agar Dakwah Maksimal, Ini Empat Unsur Penting Dakwah Menurut Prof YunaharIlyas.”

¹⁰³ Nasrullah, *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi)*, 11.

beraktivitas, berkolaborasi dan menjalin ikatan sosial. Media sosial seperti youtube, instagram, facebook, tik tok, twitter, dan sebagainya termasuk ke dalam golongan media baru (*new media*), yang menawarkan interaktivitas dikarenakan mengandung internet interaktif. Maksudnya kita pengguna media baru dimungkinkan untuk memilih sendiri pilihan informasi yang ingin dikonsumsi dan bisa berinteraksi secara aktif. Contohnya seperti yang bisa kita temukan di youtube. Pengguna youtube disugahi video-video yang berdasarkan algoritma disesuaikan dengan hal-hal yang pernah dicari penggunaanya, atau juga hal-hal yang kemungkinan akan disukai oleh algoritma youtube ditampilkan dalam beranda.

Berdasarkan hal diatas dakwah di media sosial dapat mendukung aktivitas dakwah, terlebih di saat ini dimana kondisi dakwah secara tatap muka sulit dilakukan dikarenakan kondisi pandemi Covid19 masih berlangsung, sehingga pembatasan masih banyak dilakukan oleh pemerintah termasuk dalam kegiatan dakwah. Dakwah menggunakan media sosial menjadi efektif dan efisien dikarenakan kelebihanannya media sosial, salah satunya youtube memiliki karakteristik yang berbeda dengan media lainnya yaitu: Jaringan (*Network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi sosial (*Simulation of society*), Konten oleh pengguna (*User-Generated Content*).¹⁰⁴ Karakteristik yang demikian bisa menjadi peluang tersendiri dalam memaksimalkan dakwah. Media sosial menawarkan kehidupan baru pada penggunaanya dengan karakteristiknya yakni mampu membentuk jaringan yang luas tanpa batasan bahkan kita mampu mengetahui kehidupan orang terkenal melalui media sosial yang tidak pernah dibayangkan sebelumnya. Sehingga sangat memungkinkan dakwah bisa memiliki jangkauan yang lebih luas.

Media sosial juga memudahkan dalam mengakses informasi dengan adanya teknologi, informasi sendiri merupakan dasar dalam beraktifitas sehari-hari. Media sosial merupakan media yang memiliki kekuatan untuk

¹⁰⁴ Nasrullah, 16.

membentuk opini dan perilaku masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah tentunya akan berdampak baik pada keberlangsungan dakwah terlebih di masa pandemi saat ini, dimana semua hal dibatasi. Dengan adanya media sosial dakwah memiliki kesempatan untuk menjangkau *mad'u* yang lebih luas dikarenakan media sosial memudahkan pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya dikarenakan kepraktisannya. Bentuk konten dakwah yang lebih variatif juga menarik perhatian *mad'u* atau objek dakwah. Mereka yang tidak terbiasa mengakses dakwah dengan cara yang konvensional bisa saja menjadi tertarik dengan konten-konten dakwah yang disajikan dalam bentuk yang berbeda. Mereka yang sibuk dengan kegiatan sehari-harinya dan tidak memiliki waktu datang ke majelis sangat memudahkan dengan adanya dakwah di media sosial dikarenakan sifat media sosial yang tidak terbatas ruang dan waktu.

Namun pelaksanaan dakwah di media sosial tidak bisa semudah yang dibayangkan. Dikarenakan konten dakwah (ceramah) di media sosial kurang memiliki peminat jika dibandingkan konten hiburan. Salah satunya bisa dilihat melalui platform media sosial youtube, yang merupakan media sosial yang sedang *tren* saat ini. Berdasarkan survei APJII di tahun 2019 konten ceramah atau dakwah hanya berada di urutan ke-7 di youtube jika dibandingkan konten jenis lainnya. Meskipun demikian pergerakan aktivitas dakwah di media sosial terutama di youtube akan berdampak pada pembangunan bangsa. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar pengguna media sosial merupakan generasi muda, yakni generasi Y dan Z. Dimana mereka akan menjadi pemegang tonggak kepemimpinan bangsa di masa yang akan datang, terlebih saat ini berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik di tahun 2021 Indonesia saat ini berada di kondisi bonus demografi, yakni kondisi dimana jumlah penduduk berusia produktif lebih banyak, dengan kata lain sebagian besar penduduk di Indonesia merupakan anak muda, yang jika

didasarkan data sebanyak 25,87% merupakan generasi Y dan 27,94% merupakan generasi Z.¹⁰⁵

Hal tersebut menunjukkan bahwa dakwah sangat penting dilakukan di media sosial dikarenakan aktivitas generasi muda Indonesia (generasi Y dan Z) sebagian besar dilakukan di media sosial. Belum lagi mengingat banyaknya konten-konten *un-faedah* yang dengan mudah ditemukan di media sosial yang saat ini kebanyakan malah menjadi *viral*. Konten-konten yang demikian bisa merusak karakter anak muda (generasi Y dan Z). Dan salah satu solusi atas hal tersebut adalah dengan dakwah, dikarenakan pembangunan karakter dan juga penanaman nilai yang baik salah satunya dilakukan dengan jalan dakwah. Pesan dakwah yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits tentu mengandung ajaran islam yang didalamnya terdapat nilai-nilai kebaikan. Dengan demikian digitalisasi dakwah dan penggunaan media sosial sebagai media dakwah perlu dilakukan sebagai upaya untuk membentuk karakter kepribadian generasi muda, sehingga di masa yang akan datang Indonesia dipimpin oleh sumber daya manusia yang berkarakter dan memiliki nilai-nilai kebaikan.

Salah satu dakwah yang menarik adalah dakwah yang menggabungkan dakwah dengan unsur hiburan (*dakwahtainment*). Konsep *dakwahtainment* yang menggabungkan dakwah dan hiburan bersifat *universal* dan *adaptif*, artinya bisa digunakan untuk berdakwah kepada semua kalangan dengan berbagai pranata sosial, dan juga bisa melampaui berbagai zaman. Karena pada dasarnya semua orang dalam pranata sosial manapun atau di zaman apapun membutuhkan hiburan dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya. Sehingga konsep *dakwahtainment* mudah diterima oleh siapapun. Hanya saja dalam pelaksanaannya diperlukan kehati-hatian dalam menggabungkan dakwah yang mengandung ajaran islam dan hiburan, tidak semua hiburan bisa disandingkan dengan dakwah. Tuntunan bisa menjadi tontonan, akan tetapi tidak semua tontonan bisa menjadi tuntunan.

¹⁰⁵ Nur Rakhmah, "Gen Z Dominan, Apa Maknanya Bagi Pendidikan Kita?"

Konsep *dakwahtainment* sendiri pertama kali dikemukakan oleh Sofdjan dan Hidayati di tahun 2013, dimana yang dibahas lebih kepada *dakwahtainment* di media televisi. *Dakwahtainment* yang dilakukan di media televisi memiliki perbedaan dengan yang ada di media sosial. *Dakwahtainment* di televisi memiliki durasi waktu yang lebih lama, sementara di media sosial cenderung lebih singkat. Kemudian penyampaian *dakwahtainment* di televisi hampir seragam, sedangkan di media sosial dikarenakan penggunaanya lebih beragam, hal tersebut juga menyebabkan cara penyampaian *dakwahtainment* juga lebih beragam.

Praktek *dakwahtainment* pada dasarnya sudah biasa kita temukan, bahkan dalam dakwah tradisional yang dilakukan pelaku dakwah (*Da'i*) dari mimbar ke mimbar. Dakwah yang diselingi dengan candaan dan guyonan yang disampaikan oleh ustad-ustad di masjid atau juga majelis ilmu. Kemudian mengikuti perubahan dan perkembangan teknologi *dakwahtainment* mulai populer dilakukan di media televisi melalui program religi yang ditayangkannya. Selanjutnya di masa kini penggunaan penggunaan media sosial sebagai media dakwah membuat praktek *dakwahtainment* juga menyesuaikan dengan keadaan yang ada. Keberadaan *dakwahtainment* dalam kegiatan berdakwah pada dasarnya masih tetap ada, meskipun media yang digunakan berbeda, hanya saja bentuk penyampaiannya yang berbeda-beda.

Hal yang demikian membuktikan bahwa *dakwahtainment* merupakan konsep dakwah yang *adaptif* dan *fleksibel*. Dakwah di media sosial pada dasarnya bisa disampaikan dalam berbagai bentuk tergantung *platform* media sosial yang digunakan. Melalui youtube misalnya dakwah bisa disampaikan dalam bentuk video, melalui instagram dakwah disampaikan berupa catatan singkat (*quotes*) yang mengandung nilai ajaran islam, melalui twitter dakwah disampaikan berupa tulisan. Facebook dan whatsapps juga sering digunakan sebagai media untuk berdakwah melalui fitur *sharing* yang ada di masing-masing aplikasi.

Penggunaan *dakwahtainment* dalam dakwah media sosial akan berdampak baik dikarenakan karakteristik anak muda (generasi Y dan Z) yang ingin serba cepat dan juga mereka sangat melek terhadap teknologi dan media yang ada saat ini. Terlebih banyak realitas dan persoalan yang terjadi di media sosial yang bertentangan dengan syari'at sehingga diperlukan dakwah sebagai upaya untuk membawa perubahan kearah yang lebih baik. Selain itu media sosial merupakan media yang memiliki kekuatan untuk membentuk opini dan perilaku masyarakat. Pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah tentunya akan berdampak baik pada keberlangsungan aktivitas dakwah terlebih di masa pandemi saat ini, dimana semua hal dibatasi. Dengan adanya media sosial dakwah memiliki kesempatan untuk menjangkau *mad'u* yang lebih luas dikarenakan media sosial memudahkan pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya dikarenakan kepraktisannya.

Bentuk konten dakwah yang lebih variatif juga menarik perhatian *mad'u* atau objek dakwah. Mereka yang tidak terbiasa mengakses dakwah dengan cara yang konvensional bisa saja menjadi tertarik dengan konten-konten dakwah yang disajikan dalam bentuk yang berbeda. Mereka yang sibuk dengan kegiatan sehari-harinya dan tidak memiliki waktu datang ke majelis sangat dimudahkan dengan adanya dakwah di media sosial dikarenakan sifat media sosial yang tidak terbatas ruang dan waktu. Penggunaan media sosial untuk berdakwah akan memberikan keuntungan dakwah lebih berkembang dan juga meluas.

Youtube sebagai salah satu media yang populer digunakan oleh kalangan anak muda (generasi Y dan Z) juga digunakan sebagai media dakwah. Tidak semua *channel* dakwah di youtube menerapkan *dakwahtainment* dalam video dakwahnya. Namun ada salah satu *channel* youtube yang cukup menarik perhatian anak muda (generasi Y dan Z) yang mengemas dakwahnya dengan kekinian sesuai dengan anak muda (generasi Y dan Z) yakni VDVC Religi yang sebelumnya bernama religiOne. Salah satu program acara di *channel* youtube VDVC Religi yakni program "Kata Ustad" banyak menarik perhatian anak muda (generasi Y dan Z), dikarenakan cara

penyampaian dakwahnya berbeda dibandingkan dengan cara penyampaian dakwah yang biasa dilakukan. Dakwah dikemas dengan kreatif dan kekinian, menyesuaikan dengan anak muda (generasi Y dan Z). Yakni dengan bentuk video dakwah yang menampilkan *sosial experiment* dalam bentuk *Q & A* dimana para *talent* “Kata Ustad” menyampaikan reaksi dan opininya dan juga *reaction video* yang dilakukan oleh ustad program “Kata Ustadz” mengenai respon para talent tentang topik/tema tertentu. Dimana format video yang demikian sedang menjadi format video yang banyak digemari anak muda (generasi Y dan Z).

VDVC Religi merupakan media dakwah yang merupakan bagian dari VDVC (*VIVA Digital Venture Company*), dimana VDVC merupakan bagian dari bisnis Digital dari VIVA group atau PT Visi Media Asia Tbk. yang memiliki visi perusahaan melakukan investasi untuk masa depan industri media dan bangsa Indonesia melalui penyediaan konten berita, olahraga, dan seputar gaya hidup yang disebarkan melalui konvergensi media televisi dan mobile platform. Sehingga VDVC Religi tentu tidak terlepas dinilai sebagai bisnis media yang memberikan keuntungan. Dengan demikian VDVC Religi sebagai bisnis media juga melakukan *framing*, yakni suatu metode yang digunakan oleh media dalam mengkonstruksi realitas. Menurut pandangan Robert N. Entman *framing* merupakan proses seleksi aspek realitas yang membuat bagian tertentu dari sebuah peristiwa lebih menonjol dibandingkan aspek lainnya. Entman juga menyertakan penempatan informasi-informasi tertentu yang khas sehingga mendapatkan alokasi lebih besar dibandingkan lainnya. Robert N. Entman melihat dua dimensi besar yaitu seleksi isu yang berkaitan dengan pemilihan fakta dan penekanan atau penonjolan aspek tertentu dari realitas/isu yang berkaitan dengan penulisan fakta.¹⁰⁶

VDVC Religi dalam program “Kata Ustadz” menampilkan realitas yang terjadi saat ini terutama yang ada di media sosial, baik topik/ tema yang sedang ramai diperbincangkan atau juga hal-hal yang menarik perhatian dalam videonya. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan konsep *sosial*

¹⁰⁶ *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Politik Dan Media*, 77,233,236.

experiment berupa Q & A yang menampilkan talent yang berasal dari latar belakang yang berbeda yang dipilih melalui proses *casting*, respon dari talent bisa menjadi gambaran dan realitas kondisi yang ada saat ini, terutama di kalangan anak muda (generasi Y dan Z), dimana pengetahuan islam anak muda sekarang sangat memprihatinkan. Namun tentu masih pada kenyataannya, tentu saja masih ada banyak anak muda yang pengetahuan agamanya baik, namun yang lebih ditonjolkan adalah realitas bahwa anak muda zaman sekarang memiliki pengetahuan agama yang kurang.

Berdasarkan pandangan Entman *framing* merupakan aspek seleksi realitas yang menonjolkan aspek tertentu dibandingkan aspek lainnya. VDVC Religi juga menonjolkan aspek-aspek tertentu dibandingkan aspek lainnya, yakni pesan dakwah yang disampaikan, sebagian besar pesan dakwah yang disampaikan merupakan pesan dakwah syariah yakni pesan dakwah yang terkait dengan hukum ibadah dan muamalah, dibandingkan pesan dakwah terkait aqidah dan akhlak. Selanjutnya penonjolan lainnya terkait dengan pemilihan topik/tema yang dibahas lebih banyak mengenai persoalan terkait dengan anak muda (generasi Y dan Z), seperti persoalan terkait hubungan percintaan dan juga pernikahan, yang bisa dilihat dalam beberapa video program “Kata Ustadz” yang membahas terkait Nikah Muda, Pacaran, Poligami, Nikah Beda Agama, *Childfree*, Aplikasi cari jodoh (*tinder*), *Toxic Relationship*, *bucin*, Pelet Cinta, Jodoh dan Mahar dalam pandangan dan ketentuan syariat islam.

Kemudian juga isu yang terkait dengan media sosial seperti membahas hal-hal yang sedang *viral* di media sosial, yang bisa dilihat dari beberapa video program “Kata Ustadz” yang membahas seperti terkait topik *Giveaway* menanggapi fenomena *Ikoy-Ikoyan* yang *viral*, video dengan tema vaksin yang menjelaskan mengenai hukum vaksin dikarenakan banyaknya berita *hoax* tentang vaksin, video dengan tema Korupsi, Palestina Dan Pawang Hujan, Haji *Metaverse*, kemudian video-video yang membahas aplikasi kekinian seperti *Paylater*, *Pinjaman Online*, *Ojek online*, *Tinder* dll. Serta video-video yang membahas saham dan investasi digital dalam

pandangan islam, dimana hal tersebut menanggapi fenomena *flexing* dan *hedonisme* yang menjangkit anak muda. Berdasarkan konsepsi Entman terdapat empat fungsi frame dalam channel youtube religion/VDVC Religi.

1) *Define Problems* (Pendefinisian Masalah)

Realitas saat ini menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan teknologi begitu cepat. Internet saat ini telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Internet menjadi awal dari adanya media baru (*New Media*). Media sosial merupakan media baru (*New Media*) yang banyak digunakan saat ini. Dengan adanya media sosial perkembangan dunia digital semakin cepat. Perkembangan dunia digital kemudian membawa VIVA membuat sebuah gebrakan yang dinamakan *VIVA Reloaded* yang mendasari terbentuknya PT.VIVA Media Baru/ VIVA Network yang didalamnya terdapat berbagai platform digital, salah satunya adalah VDVC (*Viva Digital Venture Company*). VIVA membaca peluang meningkatnya peluang bisnis digital di masa yang akan datang sehingga terbentuklah VDVC (*Viva Digital Venture Company*) sebagai media yang menaungi bisnis digital yang menggandeng *influencer* dan komunitas.

VDVC Religi merupakan salah satu produk digital dari VDVC (*Viva Digital Venture Company*) yang khusus menyajikan konten dakwah islam yang kekinian. Kemudian terkait dengan target dakwah channel VDVC Religi yakni menyasar generasi muda (generasi Y dan Z) hal yang demikian dikarenakan mereka merupakan pengguna mayoritas internet. Namun sayangnya minat terhadap konten dakwah dikalangan generasi muda (generasi Y dan Z) masih kurang jika dibandingkan dengan konten hiburan. Hal yang demikian menjadi tantangan tersendiri bagi VDVC Religi untuk menyajikan konten dakwah yang diminati generasi muda (generasi Y dan Z) yakni dengan menggunakan konsep *dakwahtainment*.

2) *Diagnose Causes* (Memperkirakan Masalah/Sumber Masalah)

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi merupakan hal yang mustahil dihindari. Dunia digital saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan kehidupan kita sehari-hari. Media sosial menjadi poros kehidupan masyarakat masa kini, terutama dikalangan Generasi Y dan Z. Hal yang demikian membuat segala fenomena, persoalan dan *tren* berasal dari media sosial. Salah satu media sosial yang populer adalah youtube, sebagai platform digital yang menyediakan video youtube banyak digunakan untuk mencari informasi dan hiburan. Sayangnya banyak diantara konten-konten video di youtube yang menampilkan hal yang kurang edukatif (*un-faedah*). Meskipun demikian justru konten-konten semacam itu yang diminati banyak orang, seperti konten video *flexing* dan *hedonisme*.

3) *Make Moral Judgement* (Membuat Keputusan Moral)

Berdasarkan pendefinisian masalah dan perkiraan masalah kita dapat ketahui bahwa kebutuhan akan konten yang edukatif dan berkualitas di media sosial terutama youtube saat ini sangat dibutuhkan. Terlebih dengan meningkatnya pengguna internet dan juga intensnya waktu yang digunakan kebanyakan orang saat berada di media sosial. Kaitannya dengan generasi Y dan Z, keduanya merupakan generasi yang kehidupan sehari-harinya erat dengan media sosial, bahkan *tren-tren* generasi tersebut selalu terkait dengan media sosial. Salah satunya adalah *FOMO (Fear Of Missing Out)*, *FOMO* adalah fenomena dimana seseorang tidak ingin ketinggalan informasi yang kemudian menjadi *Sosial Media Addict* (kecanduan media sosial). Yang apabila tidak diarahkan dan dikendalikan akan menimbulkan persoalan-persoalan negatif, terutama dikarenakan hal yang ada di media sosial saat ini terutama hal-hal yang menjadi *tren* dan *viral* merupakan hal negatif. Dakwah di media sosial dibutuhkan dikarenakan banyaknya timbul persoalan dan hal negatif yang bisa mempengaruhi perilaku dan

pemikiran anak muda (generasi Y dan Z). Dakwah yang berisikan ajaran Al- Qur'an dan Hadits yang mengandung nilai-nilai moral dan kebaikan akan memberikan pengaruh terhadap anak muda baik dalam bertingkah laku maupun dalam pola pikir di keseharian mereka. Sehingga dakwah bisa menjadi solusi sebagai upaya pembangunan sumber daya manusia yang berkarakter dan berakhlak mulia di Indonesia.

4) *Treatment Recommendation* (Menekankan Penyelesaian)

VIVA melihat peluang pertumbuhan dunia digital sebagai bisnis, yang kemudian menjadi alasan VIVA melakukan gebrakan transformasi digital yakni *VIVA Reloaded*. VIVA mengambil posisi sebagai media dari berbagai jaringan komunitas dan menjadi mediana *influencer*. Tantangan distrupsi digital mendorong VIVA melakukan transformasi dalam bisnisnya, VIVA membuat sebuah platform yang bekerjasama dengan KOL (*Key Opinion Leader*) yang kemudian dinamakan VDVC (*VIVA Digital Venture Company*). VDVC menggabungkan konten, komunitas dan komersial dalam satu atap yang sama, salah satunya adalah VDVC Religi yang menyajikan konten dakwah yang menarik dan kekinian.

VDVC Religi merupakan salah satu produk digital dari VDVC (*VIVA Digital Venture Company*), yang kemudian menjadi salah satu penyedia konten dakwah yang menarik dan kekinian. VDVC Religi memiliki beberapa program dakwah yang disajikan dengan cara yang kekinian, salah satunya adalah program “Kata Ustadz” yang disajikan dengan format *reaction video* dan *social experiment*, dimana format video yang demikian banyak diminati saat ini. Kemudian topik/tema yang dibahas juga menyesuaikan dengan pembahasan anak muda dan juga mengenai *tren*/ peristiwa terkini. Contohnya: pembahasan topik terkait hubungan percintaan, kehidupan pernikahan dan aktivitas seksual selalu ada di setiap season. Generasi Y berada di rentan usia 27-42 tahun usia dimana kebanyakan sudah menikah dan aktif secara

seksual. Kemudian generasi Z berada di rentan usia 12-27 yakni usia remaja hingga dewasa muda yang memasuki usia-usia pencarian jodoh dan pasangan hidup. Kemudian pembahasan terkait dengan peristiwa *viral* seperti pawang hujan yang kemudian *viral* dikarenakan *event* di sirkuit *Mandalika* yang menggunakan pawang hujan. Terdapat pembahasan terkait vaksin dikarenakan banyaknya berita *hoax* dan juga keraguan atas kehalalan vaksin. Dan pembahasan terkait aplikasi kekinian juga terkait investasi, dalam pandangan islam. Topik dan tema yang diambil menyesuaikan dengan kebutuhan dan keseharian anak muda (generasi Y dan Z), sehingga anak muda dalam hal ini generasi Y dan Z merasa *relate* dan tertarik dengan dakwah yang disampaikan di channel youtube VDVC Religi.

Terkait dengan pelaksanaan *dakwahtainment* di channel youtube VDVC Religi bisa diketahui melalui dakwah-dakwah yang disampaikan dalam video-video program “Kata Ustadz”. Konsep *dakwahtainment* dilaksanakan sesuai dengan prinsip dakwah yakni mengenalkan sebelum memberi beban (*al ta'arif qabl al-takliif*) dan memudahkan bukan menyulitkan (*al taysiir laa al ta'siir*), yang merupakan dua prinsip dakwah yang dikemukakan oleh Jum'ah amin abdul aziz dalam bukunya. Hal tersebut bisa diketahui dengan melihat pemilihan tema/topik pembahasan dan penyampaian yang lebih mengutamakan persoalan yang erat dengan kegiatan sehari-hari dan juga disampaikan dengan menyesuaikan kondisi objek dakwah (*mad'u*).

Kemudian menggunakan metode dakwah yang sesuai dengan Q.S. An Nahl ayat 125, yakni bentuk –bentuk metode dakwah diantaranya: 1) *Al-Hikmah* yaitu suatu metode dakwah dimana dai memilah dan menyelaraskan teknik dakwah yang digunakan dengan kondisi *mad'u*, 2) *Al-Mau'idzatil Khasanah*, yaitu dakwah dengan menggunakan kata-kata yang menusuk kalbu dan dengan kasih sayang, 3) *Al Mujadalah Bi-al-Lati hiya Ahsan*, yaitu dakwah yang dilakukan

dengan pertukaran pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat.

Pemilihan metode tersebut disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik anak muda (Generasi Y dan Z) baik dari cara penyampaian ustad, topik dan tema yang dibahas, maupun format video dan visual yang ditampilkan dalam video-video program “Kata Ustadz”. Ustad Taufiqurrahman menyampaikan dakwahnya dengan santun dan dengan lemah lembut, juga dengan ciri khasnya yakni pantun. Beliau juga menyampaikan ayat Al-Qur’an dan Hadits sebagai pijakan dakwahnya. Ustad Derry Sulaiman menyampaikan dakwahnya menggunakan kata-kata yang menusuk kalbu, kemudian memberikan contoh berdasarkan dirinya dan pengalamannya sendiri, saat menanggapi respon *talent* ustad Derry Sulaiman juga tidak *menjudge* para *talent*. Habib Husen Ja’far Al Hadar menyampaikan dakwahnya dengan gayanya yang kekinian, *outfit* yang dikenakan santai yang menjadi gaya berpakaian anak muda zaman sekarang, kemudian beliau menyampaikan dakwahnya juga dengan menyesuaikan *mad’unya* yakni anak muda. Sehingga gaya bicaranya juga menggunakan gaya bicara anak muda, dan juga banyak menggunakan istilah-istilah kekinian.

Channel youtube VDVC Religi bisa dibilang berhasil menarik perhatian generasi Y dan Z dengan program dakwahnya “Kata Ustad”, yang menggunakan konsep *dakwahtainment* dan mengemas program dakwahnya menjadi lebih kekinian. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya tanggapan positif dari kalangan anak muda (generasi Y dan Z) yang bisa dilihat melalui kolom komentar, bahkan terdapat sobat religi (panggilan untuk penonton setia *channel* youtube VDVC Religi) yang berasal dari luar negeri dan juga kalangan non-muslim. Dan juga dalam waktu yang cukup singkat jumlah *subscriber* di *channel* youtube VDVC yang sebelumnya di tahun 2021 hanya 1,4 juta naik menjadi lebih dari 1,8 juta *subscriber* dengan adanya program “Kata Ustadz”. VDVC Religi melakukan *frame* terhadap konten dakwahnya untuk menjadi dakwah yang kekinian dan juga *relate* dengan kondisi dan

persoalan yang dihadapi anak muda. Dengan menyadari bahwa mayoritas pengguna sosial media merupakan generasi muda (generasi Y dan Z) yang merupakan *digital native* dengan fenomena *streaming native*, VDVC Religi melibatkan anak muda yang dipilih secara random melalui proses *casting* yang kemudian menjadi daya tarik tersendiri.

Saat ini terdapat program-program dakwah baru di *channel* youtube VDVC Religi baik *online* maupun *offline*. Program dakwah baru di channel youtube VDVC Religi diantaranya Muslimpedia yang dibuat dalam format video beropini dan *storytelling*, Tanya Ustad podcast yang dibuat dalam format video podcast, Jangan Tersesat yang dibuat dalam bentuk format video *reaction video* dan beropini, Kata Ustad Junior dan program-program lainnya. Kemudian VDVC Religi juga bekerjasama dengan brand *Sch* dan juga *Kitabisa.com* di bulan Ramadhan tahun 2022 membuat program *offline* “30 Hari Membuka Pintu Surga”, yang mengajak subscibernya untuk bersedekah yang juga terdapat video khusus terkait hal ini yang terdapat dalam season 2 “Kata Ustad x Kitabisa.com” yang diisi oleh Habib Husein Ja’far Al Hadar.



Gambar 4. 33 : Komentar Dari Salah Satu Sobat Religi Non-Muslim



Gambar 4. 34 : Komentar Sobat religi dari Malaysia



Gambar 4. 35 : Komentar Positif Sobat religi

Program “Kata Ustad” banyak mendapat komentar positif terkait cara penyampaian dakwahnya yang dinilai tidak menggurui dan damai, juga *relate* dengan anak muda. Banyak sobat religi yang berkomentar dengan adanya konten dakwah tersebut mereka lebih rajin melihat dan mendengarkan ceramah (dakwah), dan menunggu-nunggu video-video dakwah program “Kata Ustadz”. Para talent juga sobat religi juga banyak yang merasa dakwah

dalam program “Kata Ustad” bukan hanya mendengarkan ceramah (dakwah) akan tetapi juga sekaligus sebagai refleksi diri.



Gambar 4. 36 : Komentar Positif Sobat Religi Terkait Cara Penyampaian Dakwah Program "Kata Ustadz"



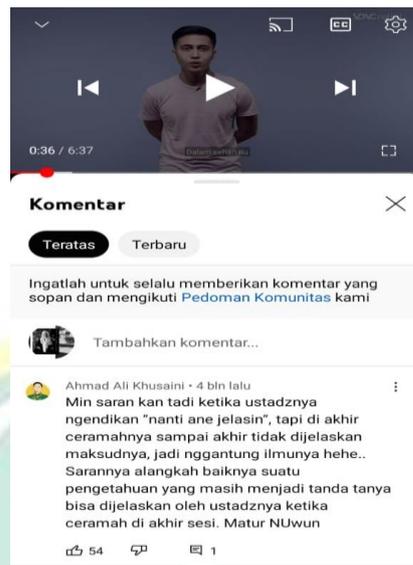
Gambar 4. 37 : Komentar Salah Satu Talent Program "Kata Ustad"

Meskipun program “Kata Ustad” dalam channel youtube VDVC Religi banyak mendapatkan tanggapan yang positif, namun ada juga tanggapan negatif, diantaranya dikarenakan penggunaan konsep *dakwahtainment* yang menggunakan *sosial experiment*, dimana dalam

video terdapat *talent* yang berpakaian tidak menutup aurat, yang dimana hal tersebut bertentangan dengan etika, norma dan syariat islam. Dalam video-video tertentu seperti yang membahas mengenai zina, masturbasi, nafsu, horni, dan ciuman jawaban para *talent* dinilai mengumbar aib dimana mengumbar aib dalam islam dilarang. Hal tersebut dinilai bahwa konten dakwah yang disampaikan dalam channel youtube VDVC Religi lebih mementingkan *views* untuk mendapatkan keuntungan. Dan lebih mengarah sebagai tontonan dibandingkan tuntunan. Jika berdasarkan video-video yang diunggah dalam program “Kata ustad” komposisi *dakwahtainment* di dalam video, durasi dakwah lebih sedikit dibandingkan durasi *entertainment* (hiburan). Kemudian dikarenakan durasi dakwah yang sedikit penyampaian pesan dakwah juga menjadi kurang tersampaikan dan terkesan ilmunya masih menggantung.

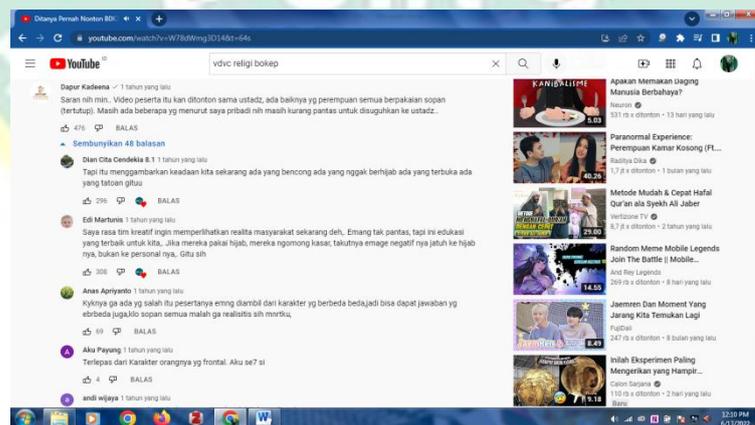


Gambar 4. 38 : Komentar Sobat Religi Terkait Talent yang Menceritakan Aibnya

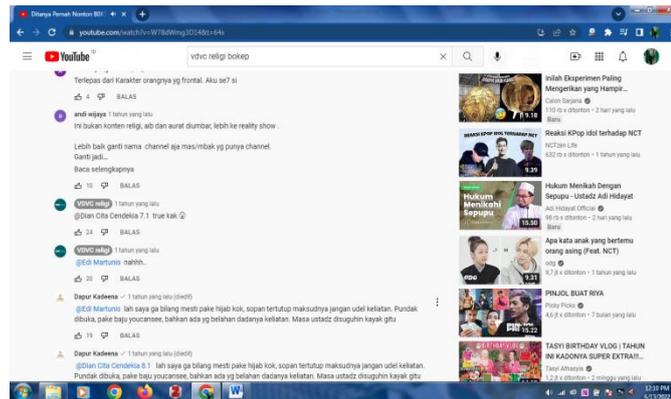


Gambar 4. 39 : Komentar Sobat Religi yang Merasa Penjelasan Ustad Kurang Lengkap

Hal-hal diatas menjadi problematika tersendiri dalam dakwah yang ditampilkan oleh channel youtube VDVC Religi yang menggunakan konsep *dakwahtainment*, yang menimbulkan perdebatan. Namun hal tersebut merupakan konsep yang diusung oleh VDVC Religi yang ingin menampilkan realitas di kalangan anak muda, dan banyak anak muda yang merasa konsep dakwah yang demikian sesuai dengan mereka, seperti yang disampaikan dalam kolom komentar yang ada di video program “Kata Ustadz”.



Gambar 4. 40 Pro Kontra Sobat Religi Terkait Program "Kata Ustadz"



Gambar 4. 41 Konfirmasi VDVC Religi Terkait Konsep Dakwah Program "Kata Ustadz"

Berdasarkan hal di atas dapat kita ketahui bahwa terdapat hal yang menjadi persoalan dalam dakwah di kalangan generasi Y dan Z yakni degradasi moral, hal tersebut bisa dilihat dari respon para *talent* dalam menanggapi pertanyaan yang diberikan, terdapat penggunaan kata-kata yang bermakna buruk/tidak sopan, kemudian dengan santai membicarakan aib tanpa ada rasa malu, dan normalisasi dan pemakluman terhadap pelanggaran syariat menjadi indikator menurunnya pengamalan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari di kalangan anak muda. Meskipun terdapat pro-kontra terhadap cara penyampaian dakwah yang ada pada program "Kata Ustadz" di channel youtube VDVC Religi nyatanya penyampaian dakwah yang ditampilkan banyak mendapatkan tanggapan positif dan bahkan saat ini jumlah *subscriber* yang dulu hanya 1,4 juta kini menjadi 1,8 juta dan kemungkinan besar akan terus bertambah.



Gambar 4. 42 Tampilan Channel Youtube religiOne/VDVC Religi dengan 1,8 Juta Suscriber



Gambar 4. 43 Komentar Sobat Religi Positif Penyampaian Terkait Cara Penyampaian Dakwah Program Kata Ustadz

A. Basith dalam bukunya mengambil tiga gagasan pokok dakwah yaitu: 1) Dakwah merupakan proses mengajak kedalam jalan Allah SWT. 2) Dakwah merupakan sebuah sistem. 3) dakwah merupakan proses persuasi (mempengaruhi).¹⁰⁷ Jika berdasarkan tiga gagasan pokok tersebut dakwah yang melalui konten dakwah “Kata Ustad” telah memenuhi ketiganya. Dakwah merupakan sebuah sistem, dalam konten dakwah “Kata Ustadz” terdapat sistem yang saling terkait baik di depan layar maupun dibelakang layar, kemudian dakwah yang disampaikan menyerukan ke jalan Allah SWT dan juga mempengaruhi mad’unya yakni sobat religi. Kegiatan dakwah berjalan dengan suatu sistem yang saling mempengaruhi keberhasilan dakwah. Keberhasilan dakwah tergantung dari seberapa baik sistem dakwah.

Keberhasilan dakwah bisa dilihat melalui efek dakwah yang disampaikan terhadap *mad’u*. Dakwah yang disampaikan oleh pendakwah (*da’i*) dapat dikatakan berhasil apabila dakwah yang disampaikan bisa mempengaruhi mad’unya menuju ke jalan Allah SWT. Sistem dakwah terdiri atas subjek dakwah, objek dakwah, materi dakwah, tujuan dakwah, metode dan media dakwah. Tujuan dakwah yakni harapan yang ingin dicapai dari penyampaian dakwah, dan untuk mencapai tujuan dakwah diperlukan media dan metode dakwah. Dengan adanya *feedback* sobat religi dan antusiasme yang bisa dilihat dari beberapa komentar, hal tersebut menunjukkan VDVC Religi diperhitungkan oleh generasi muda (generasi Y dan Z) sebagai channel youtube yang menyajikan

¹⁰⁷ Basit, *Dakwah Antar Individu*, 14–16.

konten dakwah. Selanjutnya terkait dengan problematika penggunaan *dakwahtainment* yang menyalahi etika dan norma hal tersebut kembali lagi kepada sobat religi yang mengkonsumsi dakwahnya. Baik dan buruk segala sesuatu tergantung dari niatnya, sebagai pelaku dakwah VDVC Religi menyajikan hal yang demikian sebagai upaya menunjukkan realitas yang terjadi di saat ini. Sehingga baik buruknya bergantung dari sisi mana hal tersebut dipandang. Generasi Y dan Z merupakan generasi yang lebih memiliki keterbukaan dalam berbagai hal (*open minded*) sehingga penyampaian dengan cara *out of the box* bisa diterima dengan mudah.



BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dakwah melalui berbagai media yang ada saat ini sudah banyak dilakukan. Jika sebelumnya kita biasa menemukan dakwah melalui media tradisional seperti radio, tabloid, majalah atau televisi, sekarang ini lebih banyak lagi media yang bisa dimanfaatkan untuk berdakwah dengan adanya internet, salah satunya melalui media sosial. Konsep *Dakwahtainment* yang menggabungkan dakwah dan hiburan bersifat *universal* dan *adaptif*, artinya bisa digunakan untuk berdakwah kepada semua kalangan dengan berbagai pranata sosial, dan juga bisa melampaui berbagai zaman. media sosial merupakan platform berbagi konten antar pengguna yang kemudian bisa juga menjadi medium dalam beraktivitas, berkolaborasi hingga menjalin ikatan sosial antar penggunanya. Media sosial juga memiliki fleksibilitas dalam mengakses berbagai macam informasi, salah satunya konten ceramah (dakwah).

Mengingat pengguna mayoritas media sosial merupakan generasi muda, penyampaian dan gaya bahasa dakwahpun disesuaikan dengan karakteristik generasi muda. Konten dakwah dalam *channel* youtube VDVC Religi menonjolkan kesetaraan dengan menampilkan perbedaan talent-talent dalam satu video, penonjolan lainnya yakni pembahasan yang lebih banyak dibahas yakni terkait dengan syariah (*Ibadah dan Muamalah*). VDVC Religi dalam memproduksi konten videonya melakukan penonjolan dan seleksi terhadap realitas yang ada di masyarakat terutama di kalangan Generasi Y dan Z, yakni dengan memilih topik-topik yang viral dan sedang banyak dibicarakan menjadi topik/tema yang dibahas dalam video. VDVC Religi menampilkan *realitas* keberagaman yang terjadi di masyarakat melalui visual yang ditampilkan dalam video, seperti talent-talent yang dipilih berasal dari latar belakang serta memiliki pengetahuan keislaman yang berbeda, kemudian penampilan mereka dalam video juga ditampilkan dengan apa adanya seperti keseharian talent masing-masing, tidak seperti video konten dakwah lain yang cenderung menggunakan atribut keislaman dalam berpenampilan.

Menggunakan konsep *dakwahtainment*, channel youtube VDVC Religi membuat konten dakwah menjadi lebih menarik dan kekinian. Durasi waktu konten dakwah juga tidak lebih dari 15 menit sesuai dari karakteristik Generasi Y dan Z yang lebih menyukai video-video singkat dengan pembahasan yang *to the point* dan juga dengan gaya penyampaian yang lebih santai. Channel youtube VDVC Religi bisa dibilang berhasil menarik perhatian generasi Y dan Z melalui program dakwahnya “Kata Ustadz” dengan mengemasnya menggunakan konsep *dakwahtainment* yang disajikan dalam bentuk *sosial experiment* dan *reaction video*. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya tanggapan positif sobat religi, dan juga adanya pertumbuhan subscriber dengan adanya program “Kata Ustadz. Terkait dengan cara penyampaian dakwahnya lebih kepada cara penyampaian dakwah ustad sesuai dengan ciri khasnya masing-masing, (Ustad Derry Sulaiman, Ustad Taufiqurrahman, Habib Husein Ja’far Al-Hadar), namun terdapat persamaan yakni dakwah yang disampaikan dinilai tidak menggurui dan damai, dan juga pembahasannya *relate* dengan anak muda.

Dakwahtainment memiliki tantangan tersendiri diantaranya terkait etika dan norma dalam berdakwah. Penggunaan konsep *dakwahtainment* yang menggunakan *sosial experiment*, dimana dalam video terdapat *talent* yang berpakaian tidak menutup aurat, yang dimana hal tersebut bertentangan dengan etika, norma dan syariat islam. Dalam video-video tertentu seperti yang membahas mengenai zina, masturbasi, nafsu, horni, dan ciuman jawaban para *talent* dinilai mengumbar aib dimana mengumbar aib dalam islam dilarang. Hal tersebut dinilai bahwa konten dakwah yang disampaikan dalam channel youtube VDVC Religi lebih mementingkan *views* untuk mendapatkan keuntungan. Dan lebih mengarah sebagai tontonan dibandingkan tuntunan.

Jika berdasarkan video-video yang diunggah dalam program “Kata ustad” komposisi *dakwahtainment* di dalam video, durasi dakwah lebih sedikit dibandingkan durasi *entertainment* (hiburan). Kemudian dikarenakan durasi dakwah yang sedikit penyampaian pesan dakwah juga menjadi kurang tersampaikan dan terkesan ilmunya masih menggantung. Hal yang demikian membuat pelaku dakwah dalam hal ini VDVC Religi harus lebih kreatif sekaligus

berhati-hati dalam berdakwah. Dalam hal ini pelaku dakwah (da'i) membutuhkan niat yang kuat dalam menjalankan dakwah di media sosial. Mengingat dakwah mengandung ajaran islam yang berasal dari Allah SWT yang memiliki aturan tersendiri dan tidak bisa diganggu gugat. Dan juga tidak semua hiburan bisa disandingkan dengan ajaran keislaman. Tuntunan bisa menjadi tontonan, akan tetapi tidak semua tontonan bisa menjadi tuntunan.

B. SARAN-SARAN

Terdapat beberapa saran yang akan penulis sampaikan dan semoga saran yang diberikan dapat bermanfaat:

1. Bagi Pendakwah (Da'i),

Penulis menyarankan agar para pendakwah (da'i) agar berdakwah di media sosial dikarenakan terdapat peluang dan juga manfaatnya.

2. Bagi VDVC Religi

Penulis menyarankan agar lebih memperhatikan terkait etika, norma dan juga syariat islam dalam menyajikan konten dakwahnya. Dan tetap semangat istiqomah dalam menyampaikan dakwahnya. Bagi para *talent* VDVC Religi penulis menyarankan agar lebih berhati-hati dan memperhatikan etika dan sopan santun dalam menyampaikan jawaban dan pendapatnya .

3. Bagi pengguna media sosial (Youtube)

Penulis menyarankan agar lebih banyak mengkonsumsi tayangan video yang bermanfaat dan mengedukasi. Serta lebih banyak *instrospeksi* diri serta lebih berhati-hati dalam berkomentar. Bagi umat muslim agar lebih memahami ajaran islam, salah satunya bisa dilakukan dengan mengkonsumsi konten dakwah di media sosial.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis menyarankan agar lebih memperdalam penelitian ini, menggunakan pendekatan ataupun metode penelitian yang berbeda dengan yang digunakan oleh penulis. Dapat juga dengan melakukan penelitian secara langsung, dan dapat menggunakan hasil skripsi ini sebagai sumber referensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Hafiza, Rahmah Lob Yussof, Zulkifli Tukiman, Roslinda Ramli, Aminudin Hehsan, and Badlihisam mohd nasir. "Apps: Platform Dakwah Untuk Generasi Y Dan Z," 2017.
https://www.researchgate.net/publication/321212057_APPS_PLATFORM_DAKWAH_UNTUK_GENERASI_Y_DAN_Z.
- Majelis Ulama Indonesia. "Agar Dakwah Maksimal, Ini Empat Unsur Penting Dakwah Menurut Prof Yunahar Ilyas," March 11, 2019.
<https://mui.or.id/berita/25433/agar-dakwah-maksimal-ini-empat-unsur-penting-dakwah-menurut-prof-yunahar-ilyas/>.
- Ahmad, Nur. "Keterbukaan Dakwahtainment Sebagai Media Dakwah" 2 (2014): 18.
- Ahmad, Nur. "Problematika Dakwahtainment di Media Dakwah." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 5, no. 2 (December 26, 2017).
<https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v5i2.3375>.
- Ahmad, Nur. "Rekonstruksi Dakwahtainment Sebagai Media Dakwah." *Jurnal Dakwah STAIN Kudus* 19, no. 2 (2018): 22.
<https://doi.org/10.14421/jd.2018.19201>.
- Aidah, Umami. "Konsep Islam Nusantara Dalam Media Pemberitaan NuOnline: Analisis Framing Model Robert N. Entman." SKRIPSI, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020. <http://digilib.uinsby.ac.id/44726/>.
- Al-Munawar, Said Aqil Husin. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Arifin, H.M. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Studi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), APJII. "Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia." Laporan Survei Internet APJII 2019-2020-Q2, 2019. <https://apjii.or.id/survei>.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Basit, Abdul. *Wacana Dakwah Kontemporer (Edisi Revisi)*. CV Amerta Media, 2020. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/10046/>.
- Basit, Dr. Abdul. *Dakwah Antar Individu: Teori Dan Aplikasi*. Edited by M. Pd I. Priyanto. Purwokerto: CV. Tentrem Karya Nusa, 2017.
<http://repository.iainpurwokerto.ac.id/2448/>.

- Budiarti, Indah, Yuni Susianto, Windhiarso Ponco Adi, Sofaria Ayuni, Henri Asri Reagan, Putri Larasaty, Nia Setiyawati, Aprilia Ira Pratiwi, and Valent Gigih Saputri,. *Statistik Gender: Profil Generasi Millenial Indonesia*. Indonesia: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018. <https://inlis.kemenpppa.go.id/opac/detail-opac?id=3152>.
- Damayanti, Sophia, Ira Dwi Mayangsari, and Dedi Kurnia Syah Putra. "Analisis Framing Robert N. Entman Atas Pemberitaan Reklamasi Teluk Jakarta Di Majalah Tempo." *eProceedings of Management* 3, no. 3 (December 1, 2016).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3785>.
- Dewi Karyaningsih, Ponco. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2019.
- "Ensiklopedi Hadits." Accessed May 13, 2022.
<http://lib.uinsaizu.ac.id:8080/alhasir/#>.
- "Ensiklopedi Qur'an." Accessed October 23, 2021.
<http://lib.iainpurwokerto.ac.id:8080/alwasi/#>.
- Eriyanto. *Analisis Framing Konstruksi, Ideologi, Politik Dan Media*. 2015th ed. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2002.
- Falah, Riza Zahriyal. "Etika Dakwahtainment Dalam Masyarakat Multikultural." *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2016): 24.
<http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i2.2916>.
- Fiske, John. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. 3rd ed. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Furqon, Muhammad. "Metode Dakwah Ustadz Derry Sulaiman Di Bali," December 27, 2019.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51166>.
- GLN, Admin. "Buku Literasi Digital | Gerakan Literasi Nasional." Accessed April 5, 2022. <https://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-digital/>.
- Habibie, Alfiesyahrianta, Nandy Agustin Syakarofath, and Zainul Anwar. "Peran Religiusitas terhadap Quarter-Life Crisis (QLC) pada Mahasiswa." *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)* 5, no. 2 (October 30, 2019): 129–38.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Accessed April 5, 2022.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Literasi%20Digital>.

- Hidayati, Nurul. "Studi Analisis Problematika Dakwahtainment Dengan Pendekatan Sosiologis." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2016): 22. <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i2.2920>.
- Ibrahim, Idi Subandi, and Yosal Irianta. *Komunikasi Yang Mengubah Dunia (Revolusi Dari Aksara Hingga Media Sosial)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- "Islam & Media Dakwah (@vdvc_religi) • Instagram Photos and Videos." Accessed April 25, 2022. https://www.instagram.com/vdvc_religi/.
- "Islam & Media Dakwah (@vdvc_religi) • Instagram Photos and Videos." Accessed May 17, 2022. <https://www.instagram.com/p/CcAxj3vploP/>.
- Liu, Zhi-Jiang, Natalia Tretyakova, Vladimir Fedorov, and Marina Kharakhordina. "Digital Literacy and Digital Didactics as the Basis for New Learning Models Development." *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)* 15, no. 14 (July 31, 2020): 4–18. <https://doi.org/10.3991/ijet.v15i14.14669>.
- Marufah, Nurbaiti, Hayatul Khairul Rahmat, and I. Dewa Ketut Kerta Widana. "Degradasi Moral Sebagai Dampak Kejahatan Siber Pada Generasi Millenial Di Indonesia." *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 7, no. 1 (April 15, 2020): 191–201. <https://doi.org/10.31604/jips.v7i1.2020.191-201>.
- Muhyiddin, Asep, and Agus Ahmad Safei. *Metode Pengembangan Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia, 2002.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Nur Rakhmah, Diyan. "Gen Z Dominan, Apa Maksudnya Bagi Pendidikan Kita?" Gen Z Dominan, Apa Maksudnya bagi Pendidikan Kita? (Analisis Kebijakan pada Pusat Penelitian Kebijakan), February 4, 2021. <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maksudnya-bagi-pendidikan-kita>.
- Pambayun, Ellys Lestari. *Communication Quotient (Kecerdasan Komunikasi Dalam Pendekatan Emosional Dan Spiritual)*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.

- Prestianta, Albertus Magnus. "Mapping the ASEAN YouTube Uploaders." *Jurnal ASPIKOM* 6, no. 1 (January 19, 2021): 1. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.761>.
- "PT. VISI MEDIA ASIA Tbk." Accessed May 17, 2022. <https://id.vivagroup.co.id/>.
- Putra, Yanuar Surya. "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017). <https://doi.org/10.52353/ama.v9i2.142>.
- Rahman, Taufik. "Komunikasi Dakwah Untuk Kaum Millennial Melalui Media Sosial." *At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 10, no. 2 (December 25, 2020): 67–85.
- Rakhmat, Jalaluddin, and Idi Subandy Ibrahim. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, n.d.
- Ramadhan, Sendi. "Retorika Dakwah Ustad K.H Taufiqurrahman S.Q Menggunakan Pantun," November 17, 2015. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55046>.
- Resa, Afra Puteri. "Retorika Dakwah Habib Husein Ja'far Melalui Youtube," August 3, 2021. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57822>.
- Rofahan, Akhmad, Anton Muhajir, Bayu Sapta Nugraha, and Hernindya Wisnuadji. *Media Sosial: Masa Depan Media Komunitas?* Yogyakarta: Combine Resource Institution (CRI), 2014. <https://id1lib.org/book/11044488/7eca48>.
- Rustandi, Ridwan, and Khoiruddin Muchtar. "Analisis Framing Kontra Narasi Terorisme Dan Radikalisme Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Akun @dutadamajabar)." *KOMUNIKATIF* 9, no. 2 (December 21, 2020): 134–53. <https://doi.org/10.33508/jk.v9i2.2698>.
- Safitri, Hikmawati Fajri Devi, and Fadillah Sandy. "Analisis Pesan Dakwah Pada Channel Youtube VDVC Religi (Segmen Kata Ustadz Edisi Ramadhan 1442 H)." *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains* 4, no. 1 (February 23, 2022): 203–10.
- Sirajuddin, Murniaty. "Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet (Peluang dan Tantangan)" 1 (2014): 13.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015. <https://id1lib.org/book/5686377/494b68>.

- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Sofjan, Dicky, and Mega Hidayati. *Religion and Television in Indonesia: Ethics Surrounding Dakwahtainment*. Geneva: Globethics.net Focus, 2013. <https://repository.globethics.net/handle/20.500.12424/200318>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2013. <https://id1lib.org/book/5686376/9d6534>.
- Sujak, Abi. *Mengajar Generasi Z*. Yogyakarta: Pustaka Insan Madani, 2020. <https://id1lib.org/book/13283004/a08bcb>.
- Sulistiyawati, Anik. "Mengungkap Platform Yang Paling Banyak Digunakan Milenial Untuk Cari Berita," Desember 2020. <https://www.solopos.com/mengungkap-platform-yang-paling-banyak-digunakan-milenial-untuk-cari-berita-1099479>.
- Suwartono. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014. <https://id1lib.org/book/6072023/794264>.
- Utami, Helianti, and Sri Pujiningsih. "Membangun Generasi Muda yang Mampu Melewati Masa Pandemi dengan Menjaga Kesehatan Mental." *Jurnal KARINOV* 5, no. 1 (November 27, 2021): 14–22. <https://doi.org/10.17977/um045v5i1p%p>.
- "VCDC Relgi." Video. *Kata Ustadz*. Youtube. Accessed November 24, 2021. <https://www.youtube.com/channel/UCasMZGvChuKk6mIKIsCICJw/channels>.
- "VDVC." Accessed April 25, 2022. <https://www.vdvc.id/>.
- Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3, no. 2 (March 23, 2016): 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>.
- Widiana, Nur Huda. "Tantangan Penerapan Nilai-nilai Etika Dakwah Pada Program Dakwahtainment di Televisi." *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 2 (2016): 32. <http://dx.doi.org/10.21043/at-tabsyir.v4i2.2922>.

Wijoyo, Hadion, Irjus Indrawan, Yoyok Cahyono, Agus Leo Handoko, and Ruby Santamoko. *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Banyumas: Pena Persada, 2020. <https://id1lib.org/book/17439222/634cb4>.

Zamzami, Mutataqin Al. "Konsep Moderasi Dakwah Dalam M. Quraish Shihab Official Website." *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 1 (December 27, 2019): 123–48. <https://doi.org/10.37302/jbi.v12i1.98>.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

NO	VIDEO	LINK
1.	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Puasa Tidak Hanya Menahan Diri Dari Lapar dan Haus• Tema/Topik: Puasa• Tanggal Upload: 13/4/2021• Durasi: 9 menit 31 detik (Q&A: 4 menit 41 detik, Dakwah: 4 menit, 50 detik)• Ustad: Derry Sulaiman• Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah)• Penayangan per tanggal 2/6/2022: 485.590 dengan 21.000 like	https://youtu.be/AbXbF-4EbKw
2.	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Kerasukan Saat Ruqyah Itu Cuma Acting?!• Tema/Topik: Ruqyah/ Pengobatan Islami• Tanggal Upload: 14/4/2021• Durasi: 8 menit 12 detik (Q&A: 3 menit 34 detik, Dakwah: 4 menit, 38 detik)• Ustad: Derry Sulaiman• Pesan Dakwah: Syariah & Aqidah• Penayangan per tanggal 2/6/2022: 364.908 dengan 14.000 like	https://youtu.be/u6Mtyr-8d4Y
3	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Setan Dari Kalangan Manusia Lebih Seram dari Kalangan Jin• Tema/Topik: Setan dan Jin• Tanggal Upload: 15/4/2022• Durasi: 9 menit 49 detik(Q&A: 5 menit 12 detik, Dakwah: 4 menit, 27 detik)• Ustad: Derry Sulaiman• Pesan Dakwah: Akhlak & Aqidah• Penayangan per tanggal 2/6/2022: 353.577dengan 14.000 like	https://youtu.be/GtEMq1cul60

4.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Soal Mabok, Ini Jawaban Anak Muda Zaman Sekarang • Tema/Topik: Mabok / Miras • Tanggal Upload: 17/4/2021 • Durasi: 8 menit 37 detik (Q&A: 3 menit 55 detik, Dakwah: 4 menit, 42 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 385.183 dengan 16.000 like 	https://youtu.be/1dHhPzuuh-Q
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Seberapa Percaya Lo Dengan Zodiak? • Tema/Topik: Zodiak • Tanggal Upload: 20/4/2021 • Durasi: 9 menit 14 detik (Q&A: 4 menit 20 detik, Dakwah: 4 menit, 54 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 244.670 dengan 11.000 like 	https://youtu.be/gDrVxd_0FEI
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Seberapa Emosinya Kalian? • Tema/Topik: Marah • Tanggal Upload: 22/4/2021 • Durasi: 9 menit 39 detik (Q&A: 5 menit 8 detik, Dakwah: 4 menit, 31 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 354.086 dengan 14.000 like 	https://youtu.be/-p_BJF8PpIk
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Mager Parah Saat Jum'atan Akan Tiba • Tema/Topik: Sholat Jum'at • Tanggal Upload: 23/4/2021 • Durasi: 8 menit 41 detik (Q&A: 3 menit 57 detik, Dakwah: 4 menit, 46 detik) 	https://youtu.be/9k6kUQdeRNQ

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 381.455 dengan 15.000 like 	
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Tahu Nggak Kalau Cukur Bulu Itu Sunnah • Tema/Topik: Cukur Bulu ? Sunnah Rasul • Tanggal Upload: 24/4/2021 • Durasi: 9 menit 44 detik (Q&A: 5 menit 54 detik, Dakwah: 3 menit, 50 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 834.649 dengan 23.000 like 	https://youtu.be/5hP4Uc4qF3I
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Jatuh Cinta Karena Pelet • Tema/Topik: Pelet • Tanggal Upload: 25/4/2021 • Durasi: 6 menit 24 detik (Q&A: 3 menit 55 detik, Dakwah: 2 menit, 29 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 268.355 dengan 11.000 like 	https://youtu.be/c5fSIHWwhQ0
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Korupsi Kecil VS Korupsi Besar, Gedean Mana Dosanya? • Tema/Topik: Akhlak • Tanggal Upload: 26/4/2021 • Durasi: 7 menit 12 detik (Q&A: 4 menit 40 detik, Dakwah: 2 menit, 32 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 166.158 dengan 8.000 like 	https://youtu.be/ncNp12MUERM

11.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Musik Itu? Ini Jawaban Mereka Haram Gak Sih? • Tema/Topik: Musik • Tanggal Upload: 27/4/2021 • Durasi: 9 menit 26 detik (Q&A: 4 menit 44 detik, Dakwah: 4 menit, 42 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 441.087 dengan 24.000 like 	https://youtu.be/PKWmh2edB70
12.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Pesen Makan Via Ojol Haram?! • Tema/Topik: Ojek Online • Tanggal Upload: 28/4/2021 • Durasi: 7 menit 30 detik (Q&A: 4 menit 52 detik, Dakwah: 2 menit, 38 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 397.299 dengan 17.000 like 	https://youtu.be/J1aZ68O6hTg
13.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Boleh Ngga Sih Main Saham dalam Islam? Semuanya Pada Bingung • Tema/Topik: Saham/Investasi • Tanggal Upload: 29/4/2021 • Durasi: 7 menit 59 detik (Q&A: 5 menit 30 detik, Dakwah: 2 menit, 29 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 334.131 dengan 14.000 like 	https://youtu.be/kYOz2eZVVUk
14.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Dikasih pilihan Bahagia di Dunia atau Akhirat, Ini Pilihan Mereka • Tema/Topik: Bahagia • Tanggal Upload: 30/4/2021 • Durasi: 7 menit 38 detik (Q&A: 5 menit 20 detik, Dakwah: 2 menit, 18 detik) • Ustad: Taufiqurrahman 	https://youtu.be/a8V4uOZCQn0

	<ul style="list-style-type: none"> • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 270.728 dengan 14.000 like 	
15.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Soal Ghibah Jawabannya Bikin Geleng-geleng • Tema/Topik: Ghibah • Tanggal Upload: 2/5/2021 • Durasi: 9 menit 31 detik (Q&A: 5 menit 37 detik, Dakwah: 3 menit, 54 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 261.145 dengan 13.000 like 	https://youtu.be/vJSmNKLsrJU
16.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Tentang Zakat Ini Jawaban Mereka • Tema/Topik: Zakat • Tanggal Upload: 4/5/2021 • Durasi: 7 menit 49 detik (Q&A: 4 menit 48 detik, Dakwah: 3 menit, 1 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 215.396 dengan 10.000 like 	https://youtu.be/1Fo9QeJvKwo
17.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Orang Bertato Keren Gak Sih? • Tema/Topik: Tato • Tanggal Upload: 5/5/2021 • Durasi: 8 menit 11 detik (Q&A: 5 menit 20 detik, Dakwah: 2 menit, 51 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 451.195 dengan 17.000 like 	https://youtu.be/8JweWYYwf2M

18.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Lo Takut Mati Gak? • Tema/Topik: Kematian • Tanggal Upload: 6/5/2021 • Durasi: 9 menit 42 detik (Q&A: 7 menit, Dakwah: 2 menit, 42 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 535.704 dengan 28.000 like 	https://youtu.be/p2-8EBvC3wo
19.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Pernah Nonton BOK3P, Jawabannya Bikin Syok • Tema/Topik: Bokep • Tanggal Upload: 7/5/2021 • Durasi: 8 menit 21 detik (Q&A: 4 menit 52 detik, Dakwah: 3 menit, 29 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 797.804 dengan 26.000 like 	https://youtu.be/W78dWmg3D14
20.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Lo Pro atau Kontra Soal Poligami? • Tema/Topik: Poligami • Tanggal Upload: 8/5/2021 • Durasi: 7 menit 35 detik (Q&A: 4 menit 55 detik, Dakwah: 2 menit, 40 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 291.444 dengan 11.000 like 	https://youtu.be/4Jr_orjEJ7Y
21.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Kalau Masuk Surga mau Ngapain Aja? • Tema/Topik: Kehidupan akhirat • Tanggal Upload: 9/5/2021 • Durasi: 9 menit 54 detik (Q&A: 6 menit 57 detik, Dakwah: 2 menit, 57 detik) 	https://youtu.be/HjRPZMcPBnA

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 509.856 dengan 24.000 like 	
22.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Gara-gara Kaos Bergambar Sholat Jadi Ngga Khusyuk • Tema/Topik: Sholat khusyuk • Tanggal Upload: 10/5/2021 • Durasi: 7 menit 52 detik (Q&A: 4 menit 45 detik, Dakwah: 3 menit, 7 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 153.662 dengan 8.100 like 	https://youtu.be/KgL3Wg19ZyE
23.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Semua Berubah Haru Ketika Ditanya Tentang Orangtua • Tema/Topik: Berbakti kepada orangtua • Tanggal Upload: 11/5/2021 • Durasi: 7 menit 51 detik (Q&A: 5 menit 10 detik, Dakwah: 2 menit, 41 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 238.575 dengan 13.000 like 	https://youtu.be/V23eUPAlt6I
24.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Lebaran Tahun Ini Gue Akan... • Tema/Topik: Lebaran/Idul Fitri • Tanggal Upload: 12/5/2021 • Durasi: 9 menit 35 detik (Q&A: 5 menit 19 detik, Dakwah: 3 menit, 16 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 21.927 dengan 12.000 like 	https://youtu.be/ozYFouTxG68

KATA USTADZ SEASON 2

NO	VIDEO	LINK
1.	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Ditantang ke Palestina,Ini Reaksi Anak Muda Zaman Now!• Tema/Topik:Jihad/Palestina• Tanggal Upload:25/6/2021• Durasi:10 menit 26 detik (Q&A: 6 menit 44 detik, Dakwah: 3 menit, 40 detik)• Ustad: Taufiqurrahman• Pesan Dakwah: Akhlak• Penayangan per tanggal 2/6/2022: 276.194 dengan 14.000 like	https://youtu.be/HG59AizbuR4
2.	<ul style="list-style-type: none">• Judul:Anak Muda Jaman Now Ditanya Sejarah Idul Adha• Tema/Topik:Idul Adha(Qurban)• Tanggal Upload:16/7/2021• Durasi:10 menit 11 detik (Q&A: 6 menit 44 detik, Dakwah: 4 menit, 26 detik)• Ustad: Taufiqurrahman• Pesan Dakwah: Syariah• Penayangan per tanggal 2/6/2022: 155.119 dengan 8.900 like	https://youtu.be/Q2Kbnp_J6oE
3.	<ul style="list-style-type: none">• Judul:Ditantang Suruh Taubat Sekarang,Ini Jawaban Mereka• Tema/Topik:Taubat• Tanggal Upload: 3/81/2021• Durasi:8 menit 52 detik (Q&A: 5 menit 10 detik, Dakwah: 3 menit, 42 detik)• Ustad: Taufiqurrahman• Pesan Dakwah: Akhlak• Penayangan per tanggal 2/6/2022: 211.024 dengan 10.000 like	https://youtu.be/QGfirLeNET8k

4.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Ketika Anak Muda Ditagih Hutang,Begini Respon Mereka • Tema/Topik:Hutang • Tanggal Upload:27/8/2021 • Durasi:8 menit 54 detik (Q&A: 5 menit 55 detik, Dakwah: 2 menit, 58 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 109.521 dengan 5.700 like 	https://youtu.be/K9asYpafZpw
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Viral soal Childfree,Ini Tanggapan Anak MudaZaman Sekarang • Tema/Topik:Childfree • Tanggal Upload:10/9/2021 • Durasi:8 menit 31 detik (Q&A: 5 menit 26 detik, Dakwah: 3 menit, 4 detik) • Ustad:Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 103.454 dengan 5.300 like 	https://youtu.be/f2WIbwBaakA
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Disuruh Sholat Jenazah,Begini Respon Anak Muda • Tema/Topik:Sholat Jenazah • Tanggal Upload:17/9/2021 • Durasi:8 menit 45 detik (Q&A: 5 menit 45 detik, Dakwah: 3menit) • Ustad:Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 171.240 dengan 7.500 like 	https://youtu.be/ucqLsISI2d8
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Seberapa Tahu Anak Muda Tentang Mandi Wajib? • Tema/Topik:Mandi • Tanggal Upload:24/9/021 • Durasi:9 menit 5 detik (Q&A: 6 menit 5 detik, Dakwah: 2 menit, 59 detik) 	https://youtu.be/ks29utcZHwA

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 349.450 dengan 13.000 like • 	
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Seberapa Tahu Anak Muda Tentang Nazar? • Tema/Topik:Nazar • Tanggal Upload:28/9/2021 • Durasi:8 menit 42 detik (Q&A: 5 menit 46 detik, Dakwah: 2 menit, 56 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 86.078 dengan 4.400 like 	https://youtu.be/Jq17TaFbsWE
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Begini Jawaban Anak Muda Saat Ditanya Soal Posisi Berhubungan Badan • Tema/Topik:Posisi Berhubungan Badan • Tanggal Upload:1/10/2021 • Durasi:9 menit 58 detik (Q&A: 6 menit 55 detik, Dakwah: 3 menit, 2 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 244.088 dengan 8.500 like 	https://youtu.be/S4AEiKl6zII
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Ditanya Soal Kiamat, Ini Jawaban Mereka • Tema/Topik:Kiamat (Rukun Iman) • Tanggal Upload:8/10/2021 • Durasi:9 menit 14 detik (Q&A: 6 menit 35 detik, Dakwah: 2 menit, 38 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 188.079 dengan 9.500 like 	https://youtu.be/pRZR6C8-VcE

11.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Ditanya Soal Pinjaman Online atau Paylater,Ini Jawaban Mereka • Tema/Topik:Pinjaman Online/Paylater • Tanggal Upload:12/10/2021 • Durasi:6 menit 29 detik (Q&A: 3 menit 52 detik, Dakwah: 2 menit, 35 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 88.121 dengan 3.900 like 	https://youtu.be/XaiXXhMOzQw
12.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Ketika Anak Muda Ditanya Soal Baca Sholawat, Begini Reaksi Mereka • Tema/Topik:Sholawat • Tanggal Upload:15/10/2021 • Durasi:7 menit 24 detik (Q&A: 4 menit 40 detik, Dakwah: 2 menit, 32 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 310.191 dengan 14.000 like 	https://youtu.be/5ORzKMGa5bs
13.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Begini Tanggapan Anak Muda Saat Ditanya Soal Giveaway • Tema/Topik:Giveaway • Tanggal Upload:19/10/2021 • Durasi:7 menit 22 detik (Q&A: 4 menit 38 detik, Dakwah: 2 menit, 44 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 90.634 dengan 5.100 like 	https://youtu.be/JIg1ZnRoTdM
14.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Ketika Anak Muda Ditanya Soal Malaikat,Begini Jawaban Mereka • Tema/Topik:Malaikat • Tanggal Upload:22/10/2021 • Durasi:7 menit 12 detik (Q&A: 4 menit 45 detik, Dakwah: 2 menit, 22 detik) 	https://youtu.be/jhO-p2cHI0

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 110.533 dengan 5.400 like 	
15.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Begini Jawaban Anak Muda Saat Ditanya Kebiasaannya di Kamar Mandi • Tema/Topik:Kebiasaan di Kamar Mandi • Tanggal Upload:26/10/2021 • Durasi:7 menit 58 detik (Q&A: 5 menit, Dakwah: 2 menit, 58 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 118.333 dengan 6.000 like 	https://youtu.be/r2FK7aTKyKo
16.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Dianjurkan Untuk Vaksin,Begini Penjelasan Hukum Islamnya • Tema/Topik:Vaksin • Tanggal Upload:29/10/2021 • Durasi:7 menit 34 detik (Q&A: 4 menit 35 detik, Dakwah: 2 menit, 57 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 52.417 dengan 2.700 like 	https://youtu.be/7rvj7dWBHQI
17.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Mari Pahami Arti dan Urutan dari Rukun Islam • Tema/Topik:Rukun Islam • Tanggal Upload:2/11/2021 • Durasi:7 menit 30 detik (Q&A: 5 menit 22 detik, Dakwah: 2 menit, 8 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 67.965 dengan 3.300 like 	https://youtu.be/t8zbfz85Fjc

18.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Ketika Anak Muda Ditanya Soal Rukun Iman,Begini Jawaban Mereka • Tema/Topik: Rukun Iman • Tanggal Upload:5/11/2021 • Durasi:7 menit 17 detik (Q&A: 4 menit 20 detik, Dakwah: 2 menit, 57 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 73.777 dengan 3.600 like 	https://youtu.be/PgV4hkxYPUQ
19.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Begini Jawaban Anak Muda Saat Ditanya Soal Istinja • Tema/Topik:Istinja • Tanggal Upload:9/11/2021 • Durasi:7 menit 38 detik (Q&A: 4 menit 32 detik, Dakwah: 3 menit, 6 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 81.078 dengan 2.800 like 	https://youtu.be/PmUS7dX_y8M
20.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Hukum Harta Warisan Dalam Islam • Tema/Topik:Hukum Warisan • Tanggal Upload:12/11/2021 • Durasi:8 menit 34 detik (Q&A: 5 menit 45 detik, Dakwah: 2 menit, 49 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 107.152 dengan 3.500 like 	https://youtu.be/xtuW87jbaLc

21.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Bolehkah Orang Sakit Meninggalkan Kewajiban Shalat? Begini Penjelasan nya! • Tema/Topik:Sholat orang sakit/Ibadah • Tanggal Upload:16/11/2021 • Durasi:7 menit 48 detik (Q&A: 4 menit 18 detik, Dakwah: 3 menit, 20 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 73.359 dengan 2.900 like 	https://youtu.be/6Z-MPHjOnpA
22.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Robin Hood Dalam Islam • Tema/Topik: Sedekah • Tanggal Upload:19/11/2021 • Durasi:8 menit 22 detik (Q&A: 5 menit 42 detik, Dakwah: 2 menit, 40 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 69.442 dengan 3.000 like 	https://youtu.be/tlhjcZHiGxs
23.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Pandangan Islam Tentang Senggama Suami Istri • Tema/Topik: Senggama • Tanggal Upload: 23/11/2021 • Durasi: 7 menit 2 detik (Q&A: 3 menit 52 detik, Dakwah: 3 menit, 12 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 354.249 dengan 6.900 like 	https://youtu.be/fmwQGmXjo9U
24.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Keajaiban Sedekah, Kalian Wajib Tahu! Kata Ustadz x Kitabisa.com • Tema/Topik: Sedekah • Tanggal Upload: 26/11/2021 	https://youtu.be/NpWEB9ldink

	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi:13 menit 14 detik (Q&A: 8 menit 25 detik, Dakwah: 4 menit, 39 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 144.584 dengan 6.000 like 	
25.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ini yang Menyebabkan kalian Masuk Neraka, Wajib Kalian Hindari! Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Penyebab Masuk Neraka • Tanggal Upload: 30/11/2021 • Durasi: 12 menit 53 detik (Q&A: 6 menit 30 detik, Dakwah: 6 menit, 23 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 239.770 dengan 9.700 like 	https://youtu.be/4J8A8O481Bc
26.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Hindari Sifat Pelit Agar Tidak Binasa di Dunia dan Akhirat! Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Sifat Pelit • Tanggal Upload: 10/12/2021 • Durasi: 12 menit 46 detik (Q&A: 5 menit 44 detik, Dakwah: 7 menit, 2 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 61.826 dengan 2.300 like 	https://youtu.be/F8Hr0rH7ogk
27.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Cara Memperkaya Diri Dengan Pesugihan Menurut Pandangan Islam? Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Memperkaya Diri • Tanggal Upload: 14/12/2021 • Durasi: 13 menit 32 detik (Q&A: 5 menit 55 detik, Dakwah: 7 menit, 37 detik) 	https://youtu.be/DlnMFEupo_U

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 87.998 dengan 2.700 like 	
28.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: 8 Golongan Kaum Dhuafa yang Wajib Kalian Bantu! Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Kaum Dhuafa • Tanggal Upload: 17/12/2021 • Durasi: 10 menit 33 detik (Q&A: 3 menit 23 detik, Dakwah: 7 menit, 10 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 47.869 dengan 1.300 like 	https://youtu.be/OjCILHlbnhg
29.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Benarkah Rezeki Sudah Diatur, Begini Jawaban Anak Muda! Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Rezeki • Tanggal Upload: 21/12/2021 • Durasi: 12 menit 39 detik (Q&A: 5 menit 40 detik, Dakwah: 6 menit, 59 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 78.318 Dengan 2.400 like 	https://youtu.be/fjguay6ihbQ
30.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Jadikan Kemiskinanmu Untuk Lebih Dekat dengan Allah SWT! Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Kemiskinan • Tanggal Upload: 24/12/2021 	https://youtu.be/IpwodEzB2T4

	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi: 12 menit 22 detik (Q&A: 5 menit 50 detik, Dakwah: 6 menit, 32 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 112.774 dengan 2.600 like 	
31.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Seperti Apakah Surga Dunia? Begini Jawaban Anak Muda! Kata Ustadz x Katabisa.com • Tema/Topik: Surga Dunia • Tanggal Upload: 28/12/2021 • Durasi: 12 menit 12 detik (Q&A: 7 menit 5 detik, Dakwah: 5 menit, 7 detik) • Ustad: Habib Husein Ja'far • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 129.726 dengan 3.900 like 	https://youtu.be/siBZSdHQ4VY
32.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Bolehkah Judi Dalam Agama Islam? Begini reaksi Anak Muda • Tema/Topik: Judi • Tanggal Upload: 31/12/2021 • Durasi: 6 menit 7 detik (Q&A: 3 menit 26 detik, Dakwah: 2 menit, 41 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 46.528 dengan 1.400 like 	https://youtu.be/E17mr-0idQs
33.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Seberapa Sering Anak Muda Berziarah Kubur • Tema/Topik: Ziarah Kubur • Tanggal Upload: 4/1/2022 • Durasi: 6 menit 46 detik (Q&A: 3 menit 53 detik, Dakwah: 2 menit, 53detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Aqidah 	https://youtu.be/1giAZydeYJw

	<ul style="list-style-type: none"> • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 47.574 Dengan 1.700 like 	
34.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Seberapa Pentingkah Mahar Dalam Pernikahan? Begini Jawaban Anak Muda • Tema/Topik: Mahar • Tanggal Upload: 7/1/2022 • Durasi: 6 menit 38 detik (Q&A: 3 menit 55 detik, Dakwah: 2 menit, 43 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 43.112 dengan 1.600 like 	https://youtu.be/VVbRkRSSUOo
35.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Keutamaan Shalat jamaah yang Wajib Diketahui Anak Muda • Tema/Topik: Keutamaan Shalat Jama'ah • Tanggal Upload: 11/1/2022 • Durasi: 6 menit 38 detik (Q&A: 4 menit 5 detik, Dakwah: 2 menit, 33 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 38.650 dengan 1400 like 	https://youtu.be/M1dqbrocyZY
36.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Hati-hati Anak Muda Wajib Tahu 3 Perilaku yang dibenci oleh Allah SWT • Tema/Topik: Boros • Tanggal Upload: 14/1/2022 • Durasi: 6 menit 50 detik (Q&A: 3 menit 52 detik, Dakwah: 2 menit, 58 detik) • Ustad: Taufiqurrahman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 38.903 dengan 1.500 like 	https://youtu.be/e6_l3ro84Qw

KATA USTADZ SEASON 4 (RAMADHAN 1443/2022)

NO	VIDEO	LINK
1.	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Seberapa Percaya Lo Sama Pawang Hujan?• Tema/Topik: Pawang Hujan dalam Islam• Tanggal Upload: 3/4/2022• Durasi:10 menit 13 detik (Q&A: 6 menit 30 detik, Dakwah: 3 menit, 43 detik)• Ustad: Derry Sulaiman• Pesan Dakwah: Aqidah• Penayangan per tanggal 2/5/2022: 23.366 dengan 965 like	https://youtu.be/OnaOT1G8awU
2.	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Seberapa Penting Sholat Sunah Bagi Anak Muda?• Tema/Topik: Sholat Sunah• Tanggal Upload: 5/4/2022• Durasi: 9 menit 7 detik (Q&A: 6 menit, Dakwah: 3 menit, 7 detik)• Ustad: Derry Sulaiman• Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah)• Penayangan per tanggal 2/5/2022: 26.414 dengan 1000 like	https://youtu.be/SV9TwKdkLfl
3.	<ul style="list-style-type: none">• Judul: Seberapa Banyak Anak Muda Alami Toxic Relationship?• Tema/Topik: Toxic Relationship• Tanggal Upload: 6/4/2022• Durasi:10 menit 40 detik (Q&A: 6 menit 46 detik, Dakwah: 3 menit, 14 detik)• Ustad: Derry Sulaiman• Pesan Dakwah: Akhlak• Penayangan per tanggal 2/5/2022: 22.463 dengan 829 like	https://youtu.be/iZ2kxL2Xz7g

4.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Reaksi Anak Milenial Ditantang Ngaji • Tema/Topik: Ngaji • Tanggal Upload: 7/4/2022 • Durasi: 9 menit 31 detik (Q&A: 5 menit, Dakwah: 4 menit, 43 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 79.028 dengan 2.200 like 	https://youtu.be/Ikp7mqOsIAE
5.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Selingkuh, Begini Cerita Mereka Ketika Diselingkuhi • Tema/Topik: Perselingkuhan • Tanggal Upload: 9/4/2022 • Durasi:13 menit 11 detik (Q&A: 8 menit 35 detik, Dakwah: 4 menit, 36 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 14.608 dengan 559 like 	https://youtu.be/vc6-5Hi-ePo
6.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: 25 Anak Muda Masih Salah Ketika Ditanya Soal Puasa • Tema/Topik:Puasa • Tanggal Upload:10/4/2022 • Durasi:11 menit 41 detik (Q&A: 6 menit 21 detik, Dakwah: 5 menit, 20 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 65.588 dengan 1.800 like 	https://youtu.be/UDRKlm2aziY
7.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: 25 Orang Ditanya Tentang Pengalaman FWB • Tema/Topik: Pandangan Islam Mengenai FWB • Tanggal Upload:11/4/2022 • Durasi: 9 menit 2 detik (Q&A: 3 menit 55 detik, Dakwah: 5 menit, 7 detik) 	https://youtu.be/GgY1uZgJ9Wg

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 49.876 dengan 1.100 like 	
8.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul:Reaksi Anak Milenial Saat Mendengarkan Adzan • Tema/Topik: Adzan • Tanggal Upload:12/4/2022 • Durasi:12 menit 11 detik (Q&A: 7 menit 5 detik, Dakwah: 5 menit, 6 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 23.264 dengan 867 like 	https://youtu.be/-ZbwXjeE0n8
9.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: 25 Anak Milenial Ditanya Pengalaman Mereka Saat Menjadi Bucin • Tema/Topik: Bucin • Tanggal Upload:13/4/2022 • Durasi:11 menit 36 detik (Q&A: 7 menit 22 detik, Dakwah: 4 menit, 14 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 21.006 dengan 871 like 	https://youtu.be/3YIEVID20gE
10.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Begini Reaksi Anak Muda Ketika Mencoba Haji Metaverse • Tema/Topik: Haji Metaverse • Tanggal Upload:14/4/2022 • Durasi:12 menit 32 detik (Q&A: 6 menit 7 detik, Dakwah: 6 menit, 25 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 42.015 dengan 1.100 like 	https://youtu.be/YgHPQhyHziU

11.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Reaksi Anak Muda Saat Ditanya Soal Jodoh, Ditunggu Atau Dicari • Tema/Topik: Jodoh • Tanggal Upload: 15/4/2022 • Durasi:13 menit 28 detik (Q&A: 8 menit 50 detik, Dakwah: 4 menit, 38 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Aqidah • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 40.070 dengan 1.600 like 	https://youtu.be/hplB8NhGv1c
12.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ditanya Soal Sunah Rasul,Jawaban Anak Muda Bikin Melongo • Tema/Topik: Sunah Rasul • Tanggal Upload: 16/4/2022 • Durasi: 9 menit (Q&A: 5 menit 18 detik, Dakwah: 3 menit, 42 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 18.226 dengan 599 like 	https://youtu.be/Z27oift2t1Y
13.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Reaksi Anak Muda Saat Ditanya Pengalaman Mimpi Basah • Tema/Topik: Mimpi Basah • Tanggal Upload:17/4/2022 • Durasi: 9 menit 10 detik (Q&A: 6 menit 4 detik, Dakwah: 3 menit, 6 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 34.917 dengan 706 like 	https://youtu.be/Fd7RgfhXrxU
14.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Begini Reaksi Anak Muda Saat Ditantang Baca Doa Pendek • Tema/Topik: Doa Pendek • Tanggal Upload:18/4/2022 • Durasi: 9 menit 31 detik (Q&A: 5 menit 28 detik, Dakwah: 4 menit, 3 detik) 	https://youtu.be/OTVSMGVq3bo

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 20.485 dengan 757 like 	
15.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: 25 Orang Ditanya Soal Penghasilan Mereka, Apakah Cukup? • Tema/Topik: Penghasilan • Tanggal Upload: 19/4/2022 • Durasi: 12 menit 11 detik (Q&A: 7 menit 36 detik, Dakwah: 4 menit, 35 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 111.930 dengan 1.800 like 	https://youtu.be/LnshCQwGkH8
16.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: WOW! Kebanyakan Anak Muda Main Tinder Bukan Cari Pasangan! • Tema/Topik: Tinder • Tanggal Upload: 21/4/2022 • Durasi: 12 menit 16 detik (Q&A: 7 menit 42 detik, Dakwah: 4 menit, 34 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 24.837 dengan 727 like 	https://youtu.be/HkMBxAwwHT0
17.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Dilema Anak Muda Saat Tak Sengaja Lihat Video Tiktok Seksi • Tema/Topik: Video Seksi Tik Tok • Tanggal Upload: 22/4/2022 • Durasi: 10 menit 14 detik (Q&A: 6 menit 14 detik, Dakwah: 4 menit) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 15.899 dengan 616 like 	https://youtu.be/kS0Efp65Y

18.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Yakin Bunga Sedikit di Bank Bisa Kena Riba • Tema/Topik: Riba • Tanggal Upload: 23/4/2022 • Durasi:13 menit 15 detik (Q&A: 8 menit 20 detik, Dakwah: 4 menit, 55 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 23.874 dengan 595 like 	https://youtu.be/EdqXBVWxiRU
19.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Stop <i>Body Shaming</i>!Manusia Engga Ada yang Sempurna • Tema/Topik: Body Shaming • Tanggal Upload:24/4/2022 • Durasi:10 menit 23 detik (Q&A: 6 menit 20 detik, Dakwah: 4 menit, 3 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 29.686 dengan 1.100 like 	https://youtu.be/iVicVhDJ6zY
20.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Jangan Salah! Dzikir Kepada Allah SWT Hukumnya Wajib • Tema/Topik: Dzikir • Tanggal Upload:29/4/2022 • Durasi:9 menit 30 detik (Q&A: 5 menit 25 detik, Dakwah: 4 menit, 5 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 26.824 dengan 1.100 like 	https://youtu.be/qFxLV5wF6IM
21	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Seberapa Tahu Mereka Tentang Sholat Ied? • Tema/Topik: Sholat Ied • Tanggal Upload: 1/5/2022 • Durasi:8 menit 8 detik (Q&A: 5 menit 6 detik, Dakwah: 3 menit, 2 detik) 	https://youtu.be/G1tv3m9XBjM

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah (Ibadah) • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 33.694 dengan 995 like 	
22.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Jangan Salah!Islam Tidak Melarang Pelihara Anjing • Tema/Topik: Memelihara anjing & Bersuci dari liur anjing • Tanggal Upload: 3/5/2022 • Durasi: 11 menit 35 detik (Q&A: 7 menit 10 detik, Dakwah: 4 menit, 25 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah & Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 37.695 dengan 1000 like 	https://youtu.be/UebX1qKXlQc
23.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Ini Tujuan Mereka Posting!Pamer atau Apresiasi diri? • Tema/Topik: Pamer • Tanggal Upload: 4 Mei 2022 • Durasi: 13 menit 25 detik (Q&A: 5 menit 40 detik, Dakwah: 7 menit, 35 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Akhlak • Penayangan per tanggal 2/5/2022: 44.992 dengan 1.400 like 	https://youtu.be/_sTBtg4gljM
24.	<ul style="list-style-type: none"> • Judul: Sudah Siapkah Kalian Untuk Menikah? • Tema/Topik: Nikah • Tanggal Upload: 5 Mei 2022 • Durasi: 10 menit 35 detik (Q&A: 6 menit 45 detik, Dakwah: 3 menit, 50 detik) • Ustad: Derry Sulaiman • Pesan Dakwah: Syariah • Penayangan per tanggal 2/6/2022: 41.349 dengan 1.200 like 	https://youtu.be/4G6SG0SAIuc

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Dyah Titi Sumpenowati
2. NIM : 1817102099
3. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 30 Januari 1999
4. Alamat Rumah : Karangdadap RT 03/ RW 04, Kec. Kalibagor,
Kab. Banyumas
5. Nama Ayah : Partono
6. Nama Ibu : Rasmini

B. Riwayat Pendidikan

1. SD : SD N Karangdadap
2. SMP : SMP N 1 Kalibagor
3. SMA : SMA N 1 Sokaraja
4. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Komunitas Radio Star 2018-2021
2. EASA (*English Arabic Student Association*) 2018-2021

Purwokerto, 13 Juli 2022



Dyah Titi Sumpenowati
NIM. 1817102099