

**KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH PADA *CHANNEL* YOUTUBE  
@CORBUZIER EPISODE #LOGINDICLOSETHEDOOR  
DI ERA *CYBER RELIGION***

**Tesis**

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir  
Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

Oleh :  
Arini Fahma Qona'ati  
(02040722007)

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Arini Fahma Qona'ati

NIM : 02040722007

Program Studi : Magister (S-2) Komunikasi dan Penyiaran Islam

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Judul Tesis : Komodifikasi Konten Dakwah pada *Channel* Youtube @corbuzier  
Episode #LogIndiCloseTheDoor di Era Cyber Religion

Degan ini sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 30 Desember 2023

Peneliti,



SEPUILUH RIBU RUPIAH  
10000  
TR. 20  
METERAI  
TEMPEL  
BE7BCALX368534496  
Arini Fahma Qona'ati

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Komodifikasi Konten Dakwah Pada *Channel* Youtube @Corbuzier Episode #Logindiclosethedoor Di Era *Cyber Religion*” yang di tulis oleh:

Nama : Arini Fahma Qona’ati

NIM : 02040722007

Prodi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSA Surabaya

Telah disetujui oleh pembimbing yang bertandatangan di bawah ini.

Surabaya, 03 Januari 2024;

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si.  
NIP. 195808071986031002

Pembimbing II



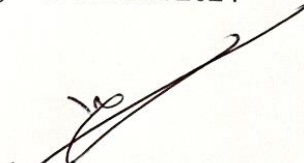
Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si.  
NIP. 197106021998031001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis dengan judul “Komodifikasi Konten Dakwah Pada *Channel Youtube @Corbuzier Episode #Logindiclosethedoor Di Era Cyber Religion*” yang ditulis oleh Arini Fahma Qona’ati ini telah diuji pada tanggal 03 Januari 2024

Tim Penguji :

1. Prof. Dr. H. Nur Syam, M.Si  
NIP.195808071986031002



(.....)

2. Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag., M.Si  
NIP.197106021998031001



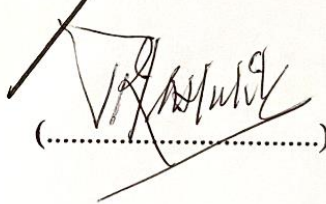
(.....)

3. Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I  
NIP.19110171998031001



(.....)

4. Dr. Hj. Sri Astutik, M.Si  
NIP. 195902051986032004



(.....)

Surabaya, 03 Januari 2024

Direktur Pascasarjana Universitas  
Islam Negeri Sunan Ampel,



**Prof. Masdar Hilmy, MA., Ph.D**  
NIP. 197103021996031002



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Arini Fahma Qona'ati  
NIM : 02040722007  
Fakultas/Jurusan : Pascasarjana/Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam  
E-mail address : arini.fhmq@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Komodifikasi Konten Dakwah pada Channel Youtube @corbuizer Episode #LogIndiCloseTheDoor di Era Cyber Religion

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 September 2024

Penulis

(Arini Fahma Qona'ati)



## ABSTRAK

Arini Fahma Qona'ati: Komodifikasi Konten Dakwah Pada *Channel* Youtube @Corbuzier Episode #Logindiclosethedoor Di Era *Cyber Religion*. Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penggunaan YouTube sebagai media dakwah merupakan bentuk inovasi guna menyesuaikan perkembangan era *cyber religion*. Konten-konten yang bernafaskan Islam di media sosial tidak hanya diposting oleh para ulama dan ustadz, namun masyarakat awam juga memposting konten dakwah yang dikemas secara menarik dan kreatif. Hal tersebut memberikan peluang kepada praktisi media untuk mengemas dakwah dalam sebuah konten kreatif agar dapat menarik minat penonton. Fenomena tersebut akan memberikan dampak keuntungan secara ekonomi, sehingga dapat dinilai sebagai bentuk komodifikasi. Dengan menggunakan analisis semiotika John Fiske, penelitian ini berusaha mengungkap bagaimana ideologi yang dibangun dalam konten dakwah #LogIndiCloseTheDoor episode 21-22. Peneliti mencoba membedah konten tersebut dengan 3 level yaitu, level realitas, level representasi dan level ideologi. Untuk mengetahui implikasi komodifikasi terhadap penonton, peneliti melakukan wawancara kepada beberapa *views* konten dakwah tersebut. Penelitian ini menggunakan pisau analisis teori ekonomi politik Vincent Moscow. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tanda-tanda yang menunjukkan adanya unsur komodifikasi dalam konten tersebut. Komodifikasi konten dakwah akun youtube @corbuzier memiliki implikasi terhadap pemahaman penontonnya. Terdapat pemahaman yang terdistorsi, beberapa penonton lebih memfokuskan konten Login sebagai hiburan, dari pada edukasi. Ideologi kapitalisme telah menggeser nilai-nilai agama sebagai marwah dakwah.

**Kata kunci:** Komodifikasi, dakwah, konten YouTube.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## ABSTRACT

Arini Fahma Qona'ati. *Commodification of Da'wah Content on the @Corbuzier Youtube Channel Episode #Logindiclosethedoor in the Era of Cyber Religion*. Sunan Ampel State Islamic University Surabaya Postgraduate Program Thesis.

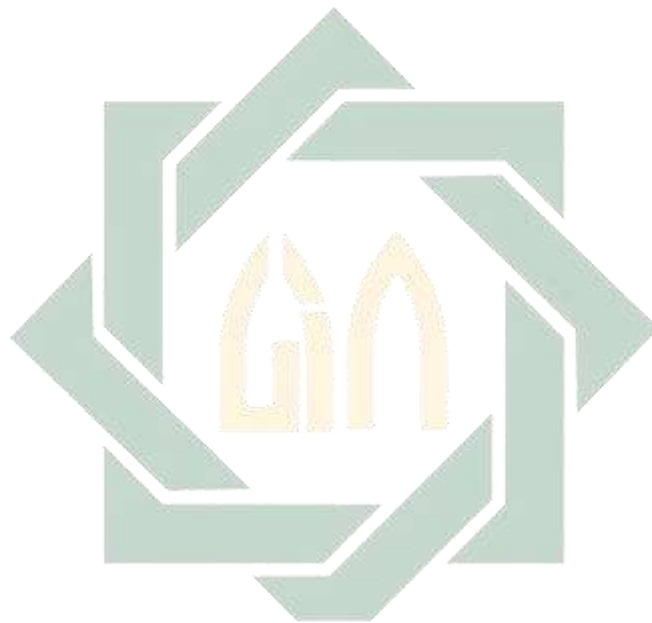
*The use of YouTube as a da'wah medium is a form of innovation to adapt to developments in the eracyber religion. Islamic content on social media is not only posted by Ulama and Ustadz, but ordinary people also post preaching content that is packaged in an interesting and creative way. This provides media practitioners with the opportunity to package preaching with creative content so that it can attract audience interest. This phenomenon will have an economic benefit, so it can be considered a form of commodification. By using John Fiske's semiotic analysis, this research attempts to reveal how ideology is built in the #LogIndiCloseTheDoor preaching content episodes 21–22. Researchers try to dissect the content at three levels, namely, the reality level, the representation level, and the ideology level. To find out the implications of commodification for the audience, researchers conducted interviews with several people about the content of the sermon. This research uses the analysis of Vincent Moscow's political economy theory. The research results show that there are signs indicating an element of commodification in the content. The commodification of the da'wah content of the Corbuzier YouTube account has implications for the audience's understanding. There is a distorted understanding; some viewers focus more on login content as entertainment than education. The ideology of capitalism has shifted religious values in the spirit of preaching.*

**Keywords:** commodity, da'wah, YouTube content.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## MOTTO

“...boleh jadi kamu tidak menyukai sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.” (QS. Al-Baqarah: 216)<sup>1</sup>



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>1</sup> QS. Al-Baqarah: 216, n.d.



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, syukur tiada hentinya kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan umatnya.

Penyusunan tesis yang berjudul “Komodifikasi Konten Dakwah Pada Channel Youtube @Corbuzier Episode #Logindiclosethedoor Di Era *Cyber Religion*” ini bertujuan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam studi tingkat Magister (S2) pada program studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Tesis ini berhasil diselesaikan berkat bantuan dan do’a serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat Prof. Akh. Muzakki, M.Ag., Grad. Selaku Rektor UINSA, Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Prof. Dr. Nur Syam, M.Si dan Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan dengan sepenuh hati kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini serta segenap dosen MKPI yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan baru kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan tesis ini.

Tak lupa pula terimakasih saya persembahkan kepada teman-teman MKPI A angkatan 2022 yang selalu memberi *support*, informan yang telah bersedia menjadi narasumber dalam penelitian ini dan semua yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun dari pembaca. Terimakasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian ini, semoga mendapatkan sebaik-baik balasan dari Sang Maha Pemberi Balasan. Peneliti berharap tujuan yang diharapkan dari pembuatan tesis ini dapat tercapai serta dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 30 Desember 2023  
Peneliti,

Arini Fahma Qona’ati

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS.....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Kerangka Teoritik .....	8
G. Penelitian Terdahulu .....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	15
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	17
A. Kajian Konseptual .....	17
1. Komodifikasi Konten.....	17
2. Pesan Dakwah.....	18
3. YouTube sebagai Media Dakwah.....	25
4. <i>Cyber Religion</i> .....	29
B. Teori Ekonomi Politik Vincent Moscow.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	35
B. Unit Analisis .....	35
C. Tahapan Penelitian.....	36
D. Data dan Sumber Data .....	36

E. Teknik Pengumpulan Data.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	40
A. Deskripsi Unit Analisis .....	40
1. Profil <i>Channel</i> YouTube @corbuzier.....	40
2. Podcast Close The Door Episode #LogIndiCloseTheDoor.....	41
B. Penyajian Data .....	47
1. Konten Dakwah dalam YouTube #LogInDiCloseTheDoor sebagai Komoditas di Era <i>Cyber religion</i> .....	47
2. Identifikasi Praktik Komodifikasi Konten Dakwah dalam YouTube #LogIndiCloseTheDoor dengan Pendekatan Semiotika John Fiske .....	69
3. Implikasi Komodifikasi Konten Dakwah Akun YouTube @corbuzier Terhadap Pemahaman Penontonnya .....	94
C. Analisis Data dan Pembahasan .....	97
1. Isi Pesan Dakwah dalam Podcast #LogIndiCloseTheDoor.....	97
2. Komodifikasi Konten Dakwah dalam Podcast #LogIndiCloseTheDoor Perspektif Vincent Moscow .....	102
3. Kapitalisme Menggeser Nilai Dakwah .....	107
BAB V PENUTUP.....	109
A. Kesimpulan.....	109
B. Implikasi Teoritis .....	110
C. Saran .....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pergeseran teknologi mekanik menuju teknologi digital sudah terjadi sejak tahun 1980an.<sup>2</sup> Sejak saat itulah konsep digitalisasi terus berkembang di Indonesia. Hampir semua sektor kehidupan manusia mulai dari bisnis, pendidikan, pemerintahan, hingga urusan agama tidak lepas dari pola digital. Kini revolusi industri 4.0 telah bertransformasi menjadi *society 5.0*. Era revolusi industri 4.0 menempatkan teknologi sebagai perangkat utama untuk mendapatkan informasi, sedangkan *society 5.0* menitikberatkan pada teknologi dan fungsinya yang sudah menjadi bagian dari manusia.<sup>3</sup>

Menurut Mc Luhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat, karena masyarakat sangat tergantung pada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan mereka menggunakan teknologi.<sup>4</sup> Perkembangan teknologi yang diiringi dengan kemampuan masyarakat informasi dalam pengelolaannya, melahirkan istilah *cyber religion*, yaitu pengetahuan tentang agama yang disampaikan melalui media online.<sup>5</sup> Munculnya fenomena *cyber religion* tersebut merupakan salah satu bukti bahwa digitalisasi telah menjangkau semua elemen masyarakat. Lionel Obadia dalam *Cyber-Religion* menegaskan bahwa *cyber religion* merupakan hasil dari adanya revolusi digital.<sup>6</sup> Praktik *cyber religion* meningkat pesat ketika pandemi Covid-

UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

---

<sup>2</sup> Suwatno, "Transformasi Digital Menuju Era Digital Society Sebagai Akselerasi Kebangkitan Ekonomi Nasional – Berita UPI," accessed September 5, 2023, <http://berita.upi.edu/transformasi-digital-menuju-era-digital-society-sebagai-akselerasi-kebangkitan-ekonomi-nasional/>.

<sup>3</sup> I. Dewa Ayu Mila Pariutari et al., "The Influence of Digitalization pada Pendidikan Karakter di Era Generasi Z dalam Society 5.0," *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)* 2 (July 25, 2022): 495.

<sup>4</sup> Morissan, Andy Corry Wardhani, and Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017). 30

<sup>5</sup> Habibi Malik, "Cyber religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital," *KOMUNIKA* 4, no. 1 (June 21, 2021): 63, <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>.

<sup>6</sup> Lionel Obadia, "Cyber-Religion," in *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory* (John Wiley & Sons, Ltd, 2017), 1, <https://doi.org/10.1002/9781118430873.est0081>.

19, mulai dari dakwah, doa bersama, hingga tahlilan dilakukan secara virtual.<sup>7</sup>

Perubahan praktik dakwah konvensional (tatap muka) menjadi dakwah virtual melalui media online merepresentasikan guru spiritual yang dapat digantikan oleh sosok guru virtual.<sup>8</sup> Guru virtual keagamaan banyak ditemukan di berbagai platform media online, salah satunya yaitu media sosial YouTube. Masyarakat muslim memanfaatkan media YouTube sebagai sarana untuk menambah wawasan keagamaan.<sup>9</sup> Tidak dapat dihindarkan bahwa kini agama telah menjadi objek konsumsi dalam berbagai “kemasan”.<sup>10</sup> Salah satunya yaitu dakwah.

Aktifitas dakwah saat ini dihadapkan dengan masyarakat informasi yang identik dengan penggunaan media sosial. Konten-konten yang bernafaskan Islam di media sosial tidak hanya diposting oleh para ulama dan ustadz, namun masyarakat awam juga memposting konten dakwah yang dikemas secara menarik dan kreatif.<sup>11</sup> Pada dasarnya setiap orang berhak untuk memproduksi, mengolah, dan menyebarkan segala bentuk informasi,<sup>12</sup>

Abdi Fauji dalam penelitiannya menunjukkan bahwa YouTube menjadi sarana yang efektif untuk dapat menjangkau khalayak yang luas dalam menyebarkan pesan dakwah.<sup>13</sup> Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah merupakan bentuk inovasi guna menyesuaikan

---

<sup>7</sup> Saipudin Ikhwan, “Covid-19, Media Baru Dan Ritual Agama Online :,” *Qawwam : The Leader’s Writing* 3, no. 2 (December 2, 2022): 61, <https://doi.org/10.32939/qawwam.v3i2.168>.

<sup>8</sup> Habibi Malik, “Cyber religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital,” *Komunika* 4, no. 1 (June 21, 2021): 63, <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>.

<sup>9</sup> Halen Dwistia et al., “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam,” *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 2 (December 26, 2022): 78, <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>.

<sup>10</sup> Mevi Eka Nurhalizah, “Komodifikasi Agama Dalam Praktik Poligami,” accessed September 13, 2023, [https://nursyamcentre.com/artikel/riset\\_sosial/komodifikasi\\_agama\\_dalam\\_praktik\\_p\\_oligami\\_](https://nursyamcentre.com/artikel/riset_sosial/komodifikasi_agama_dalam_praktik_p_oligami_).

<sup>11</sup> Febby Amelia Trisakti, “Cyber-Da’wah: Narasi Konten Video Sebagai Metode Dakwah Non-Ulama Pada Media Sosial Tiktok,” *Idarotuna* 3, no. 3 (October 31, 2021): 269, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i3.16645>.

<sup>12</sup> Agung Suharyanto, “Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik Pada Partisipasi Politik Masyarakat,” *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)* 6, no. 2 (December 19, 2016): 126, <https://doi.org/10.31289/jap.v6i2.1051>.

<sup>13</sup> Abdi Fauji Hadiono and Fatma Izzatun Nafi’ah, “Efektifitas Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi),” *JKaKa: Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam* 2, no. 1 (January 27, 2022): 1, <https://doi.org/10.30739/jkaka.v2i1.1392>.



perkembangan era *cyber religion*. Perubahan sosial akan terus terjadi di masyarakat, sehingga diperlukan adanya inovasi atau terobosan baru, termasuk dalam praktik dakwah.<sup>14</sup> YouTube merupakan salah satu media sosial yang sekarang ini ramai diakses. Dilansir dari [cnnindonesia.com](http://cnnindonesia.com), YouTube disebut sebagai raja media sosial di Indonesia. Populix melakukan survei kepada 1.023 responden laki-laki dan perempuan berusia 18-55 tahun untuk melihat kebiasaan masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa terdapat 94 persen pengguna YouTube dari 87 persen responden yang mengakses media sosial.<sup>15</sup>

Penggunaan YouTube sebagai media dakwah merupakan salah satu upaya untuk menjangkau khalayak dengan lebih cepat.<sup>16</sup> Semua orang dapat dengan mudah mengakses informasi keagamaan melalui media online dimanapun dan kapanpun. Namun kemudahan tersebut juga tidak lepas dari potensi ancaman digital. Seperti penyebaran hoaks, *hatespeech*, *cybercrime*, *cyberbullying*, dan seperti yang banyak bermunculan beberapa tahun terakhir ini yaitu radikalisme.<sup>17</sup> Berbagai bentuk ancaman yang muncul tersebut sangat logis jika berdampingan dengan kemudahan yang ditawarkan. Pada dasarnya sifat media sosial adalah terbuka. Siapapun dapat merepresentasikan segala hal dengan mudah termasuk agama Islam dalam ruang digital dengan berbagai bentuk narasi, *meme*, simbol, dan *image*.<sup>18</sup>

Penggunaan YouTube sebagai media dakwah menjadi opsi bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan tentang keagamaan. Hal tersebut memberikan peluang kepada praktisi media untuk mengemas dakwah dalam sebuah konten kreatif dengan memasukkan unsur hiburan seperti permainan, musik, melibatkan ustadz

---

<sup>14</sup> Nursyam "Metode Dakwah Era Modern," accessed September 12, 2023, [https://nursyamcentre.com/artikel/riset\\_agama/metode\\_dakwah\\_era\\_modern](https://nursyamcentre.com/artikel/riset_agama/metode_dakwah_era_modern).

<sup>15</sup> C. N. N. Indonesia, "Youtube Jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga," teknologi, accessed April 2, 2023, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/youtube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga>.

<sup>16</sup> Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *Komunike: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 12, no. 2 (December 24, 2020): 231, <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.

<sup>17</sup> PDSI Kominfo, "Direktur IKPM Kominfo: Internet Negatif Ancaman Bagi Pelajar," Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, accessed April 2, 2023, [http://content/detail/32248/direktur-ikpm-kominfo-internet-negatif-ancaman-bagi-pelajar/0/berita\\_satker](http://content/detail/32248/direktur-ikpm-kominfo-internet-negatif-ancaman-bagi-pelajar/0/berita_satker).

<sup>18</sup> Nasrullah "Meme Dan Islam: Simulakra Bahasa Agama Di Media Sosial | Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies," accessed April 2, 2023, 113 <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/1072/1609>.



yang sedang populer, dan lain sebagainya.<sup>19</sup> Fenomena tersebut akan memberikan dampak keuntungan secara ekonomi, sehingga dapat dinilai sebagai bentuk komodifikasi. Vincent Moscow dalam bukunya “*The Political Economy of Communication*” berpendapat bahwa komodifikasi merupakan proses transformasi barang dan jasa dari nilai gunanya menjadi komoditas yang berorientasi pada nilai tukarnya di pasar. Komodifikasi mengacu pada proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar, mentransformasikan produk yang nilainya ditentukan oleh kemampuannya memenuhi kebutuhan individu dan sosial menjadi produk yang nilainya ditentukan oleh harga pasarnya.<sup>20</sup> Dikarenakan berorientasi pada pasar dan konsumen, maka jasa maupun produk tersebut memungkinkan untuk diubah sesuai dengan keinginan konsumen.<sup>21</sup>

Dalam hal ini, dakwah juga dipandang sebagai objek yang dikomodifikasikan, karena tidak jarang pesan dakwah dijadikan sebagai produk yang dijual dan dikomersilkan. Pengetahuan agama merupakan aspek yang penting dalam kehidupan manusia.<sup>22</sup> Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kini tidak sedikit masyarakat yang memilih YouTube sebagai medianya.<sup>23</sup> Sehingga adanya dakwah melalui YouTube menjadi hal yang dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut Dallas Smythe, khalayak atau audiens merupakan komoditas utama bagi media.<sup>24</sup> Sistem digital yang ada seperti sekarang ini mempermudah kreator media dalam menjangkau masyarakat, sehingga membuka peluang adanya komodifikasi.<sup>25</sup> Pembahasan tentang komodifikasi di era digital ini

---

<sup>19</sup> Dedy Pradesa and Yunda Presti Ardilla, “Komodifikasi dan Efek Eksternalitas Program Dakwahtainment Islam Itu Indah,” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 2, no. 1 (August 24, 2020): 81–106, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v2i1.85>.

<sup>20</sup> Vincent Mosco, “The Political Economy of Communication,” *Sage Publication*, 2009, 1–280.

<sup>21</sup> Vincent Mosco “Current Trends in the Political Economy of Communication - ProQuest,” accessed April 2, 2023, <https://www.proquest.com/openview/d5a8e8c66c0b817cdd96e0c30f26c0c1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=646376>.

<sup>22</sup> Hayana Liswi, “Kebutuhan Manusia Terhadap Agama,” *Pencerahan* 12, No. 2 (September 10, 2018): 201.

<sup>23</sup> Habibi Malik, “Youtube Sebagai Guru Agama Di Era *Cyber religion*,” *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 12, no. 1 (August 4, 2021): 12–26, <https://doi.org/10.32678/adzikra.v12i1.4931>.

<sup>24</sup> Vincent Mosco, “The Political Economy of Communication,” *The Political Economy of Communication*, 2009, 65.

<sup>25</sup> Zera Edenzwo Subandi and Teguh Priyo Sadono, “Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon),” *National Conference of Creative Industri*, no. 0 (September 14, 2018): 823, <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>.

menegaskan dampak yang terjadi akibat adanya keterbukaan akses informasi. Namun demikian, komodifikasi dakwah dapat menyebabkan pergeseran fokus dari pesan dakwah ke arah keuntungan materi, serta dapat memicu persaingan antara kelompok-kelompok dakwah yang mencari popularitas. Dengan begitu, pesan dakwah dapat kehilangan substansinya.

Praktik komodifikasi tergambar pada akun YouTube @corbuzier.<sup>26</sup> Channel YouTube ini telah mengunggah 1,4 ribu video dan memiliki 20,9 juta *subscribers*.<sup>27</sup> Deddy Corbuzier sebagai pemilik akun tersebut dijuluki *Father of Youtuber* Indonesia, sebab kanal YouTubenya telah dikenal oleh masyarakat luas.<sup>28</sup> Channel YouTube ini bergenre *podcast*, dengan nama *Close The Door*. *Podcast* ini dinobatkan sebagai *podcast* nomer satu di Indonesia dan sering kali menjadi kiblat bagi kalangan *youtuber* lain sebagai *channel* YouTube yang inspiratif.<sup>29</sup>

Akun tersebut bergabung di platform YouTube sejak 8 Desember 2009.<sup>30</sup> Mulanya, *channel @corbuzier* dikenal sebagai platform YouTube dengan konten yang mendidik dan mendorong penontonnya untuk berpikir kritis, bahkan dari kontennya penonton dapat mengevaluasi kehidupan mereka.<sup>31</sup> Karena itu penonton terdorong untuk lebih sensitif terhadap fenomena sosial yang terjadi di sekitar mereka. Sebelumnya, konten video dalam *channel @corbuzier* banyak membahas isu-isu yang sedang populer di kalangan masyarakat, mulai dari pandemi Covid-19, RUU KUHP, hingga pembahasan tentang Pendidikan dan berbagai isu di dunia hiburan. Sederhananya, *channel* YouTube tersebut pada dasarnya bukan merupakan media yang berbasis Islam. Namun pada Ramadhan 2023 ini, akun tersebut memiliki episode baru yaitu episode #LogIndiCloseTheDoor. Berbeda dengan *podcast* sebelumnya, pada episode #LogIndiCloseTheDoor isi pembahasan difokuskan pada pengetahuan agama yang disampaikan oleh pendakwah Habib Husein Ja'far.

Pada umumnya, di bulan Ramadhan masyarakat muslim berlomba-lomba untuk memperbanyak ibadah, memperdalam keimanan dan

---

<sup>26</sup> Endah Saftarina Khairiyani, "YouTube Content Commodification: A Critical Discourse Analysis on Deddy Corbuzier's Channel," *Jurnal Studi Komunikasi* 6, no. 1 (March 20, 2022): 213.

<sup>27</sup> "Deddy Corbuzier - YouTube," accessed September 10, 2023, <https://www.youtube.com/>.

<sup>28</sup> Agus Mulyanto and Isnaeni Ina Nur Aina, "Penggunaan Ragam Bahasa Indonesia Pada Judul-Judul Podcast Youtube Deddy Corbuzier," *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 16, no. 2 (July 31, 2023): 322, <https://doi.org/10.30651/st.v16i2.18530>.

<sup>29</sup> Fatsansyah Abimas Pratama, "Supangat, M.Kom.,ITIL.,COBIT.," n.d.

<sup>30</sup> "Deddy Corbuzier - YouTube."

<sup>31</sup> Khairiyani, "YouTube Content Commodification.," *Jurnal Studi Komunikasi*. 213

memperluas wawasan agama. Momen tersebut dimanfaatkan oleh Dedy Corbuzier sebagai pekerja di industri media untuk dapat menarik perhatian masyarakat guna meningkatkan jumlah *views*-nya. Model bisnis YouTube seperti sekarang ini menggunakan algoritma untuk mengatur daftar video yang disajikan berdasarkan jumlah tampilan, peringkat, dan tanggal video yang diunggah. Jumlah tampilan merupakan fitur yang paling menonjol di platform YouTube.<sup>32</sup> Penelitian Bart menegaskan bahwa video yang memiliki banyak *views* akan muncul di atas daftar rekomendasi pada pencarian YouTube.<sup>33</sup> Hal tersebut mendorong pemilik kanal YouTube untuk memproduksi konten dengan berbagai cara agar dapat menarik dan meningkatkan jumlah *views*. Dari permasalahan tersebut, penting untuk dilakukan penelitian terkait praktik komodifikasi dakwah melalui platform online YouTube di era *cyber religion* seperti pada *channel*. Fenomena komodifikasi yang dilakukan pada aktivitas dakwah pada *channel* ini bukan hanya pada pesan yang disampaikan secara verbal saja, namun banyak tanda dan simbol yang menarik untuk dikaji. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ferdinand Desaussure bahwa dalam sebuah proses komunikasi tidak hanya tentang bahasa dan ucapan yang disampaikan melalui oral, namun juga terdapat simbol ataupun tanda yang mengungkapkan makna bahasa yang dimaksud.<sup>34</sup> Selain itu, yang tidak kalah penting apakah praktik komodifikasi yang dilakukan bertentangan atau tidak dengan nilai-nilai Islam.

## B. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa persoalan yang dapat diidentifikasi, diantaranya:

- a) Peran media sosial yang signifikan dalam penyebaran dakwah di era *cyber religion*.
- b) *Channel* YouTube @corbuzier yang *notabene*nya bukan merupakan penyedia konten dakwah namun ketika bulan Ramadhan platform tersebut secara konsisten menayangkan konten dakwah setiap hari.
- c) Terdapat komodifikasi dakwah dalam *channel* YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor
- d) Persaingan tayangan konten keagamaan di industri media sosial.

---

<sup>32</sup> Ibid.

<sup>33</sup> Mathias Bärtil, "YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years," *Convergence* 24, no. 1 (February 1, 2018): 16, <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>.

<sup>34</sup> Nursyam, Nur Syam, "Konsepsi Ferdinand de Saussure: Sosiolinguistik Untuk Kajian Agama," accessed September 13, 2023, [https://nursyamcentre.com/artikel/kelas\\_metode\\_penelitian/konsepsi\\_ferdinand\\_de\\_saussure\\_sosiolinguistik\\_untuk\\_kajian\\_agama\\_](https://nursyamcentre.com/artikel/kelas_metode_penelitian/konsepsi_ferdinand_de_saussure_sosiolinguistik_untuk_kajian_agama_).

### **C. Rumusan Masalah**

- a. Apakah konten dakwah pada *channel* YouTube @corbuzier dalam episode #LogIndiCloseTheDoor dapat dikategorikan sebagai komodifikasi?
- b. Bagaimana praktik komodifikasi konten dakwah pada *channel* YouTube @corbuzier dalam episode #LogIndiCloseTheDoor?
- c. Bagaimana implikasi komodifikasi konten dakwah akun YouTube @corbuzier terhadap pemahaman penontonnya?

### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk:

- a. Menjelaskan konten dakwah pada *channel* YouTube @corbuzier dalam episode #LogIndiCloseTheDoor dapat dikategorikan sebagai komodifikasi.
- b. Menjelaskan praktik komodifikasi konten dakwah pada *channel* YouTube @corbuzier dalam episode #LogIndiCloseTheDoor.
- c. Menjelaskan implikasi komodifikasi konten dakwah @corbuzier terhadap pemahaman penontonnya.

### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari hasil penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

- a. Kegunaan Teoritis  
Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan nantinya dapat mengembangkan keilmuan pengetahuan yang mengkaji tentang komodifikasi konten dakwah melalui YouTube dengan mengacu pada teori ekonomi politik Vincent Mosco yaitu suatu proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar meliputi komodifikasi konten, pekerja, dan audiens/khalayak.
- b. Kegunaan praktis  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca mengenai komodifikasi konten dakwah, serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam produksi konten bagi praktisi media, khususnya yang memiliki program terkait dengan dakwah Islam. Selain itu, dapat menjadi panduan bagi khalayak dalam mengonsumsi media.



## F. Kerangka Teoritik

Perkembangan zaman telah menggeser segala aktivitas berubah menjadi serba digital<sup>35</sup>. Ketersediaan media digital mendorong seseorang untuk terbiasa melakukan segala hal dengan lebih mudah dan efektif.<sup>36</sup> Fenomena *cyber religion* muncul sebagai upaya untuk merespon perkembangan era digital. *Cyber* menurut KBBI berarti sistem computer dan informasi, dunia maya, berhubungan dengan internet.<sup>37</sup> Dari makna tersebut, *cyber* dapat diartikan sebagai ruang informasi yang dapat menghubungkan penggunaannya sampai ke seluruh penjuru dunia melalui jaringan internet. Sedangkan *religion* merupakan kata dalam Bahasa Inggris yang berarti agama. Sehingga *cyber religion* dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan keagamaan yang ditayangkan di dunia maya sehingga dapat diakses oleh semua orang di dunia. Brenda Brasher's mengungkapkan makna *cyber religion* sebagai sebuah pesan keagamaan yang dapat diakses melalui internet kapanpun dan dimanapun<sup>38</sup>.

Aktivitas dakwah di era *cyber religion* seperti saat ini tidak lepas dari media sosial yang berperan sebagai alat atau perantara untuk mempermudah menjangkau *mad'u* dalam menyebarkan pesan dakwah. Pesan dakwah merupakan isi dakwah yang berupa kata, gambar, lukisan, dan sebagainya yang diharapkan dapat memberikan pemahaman bahkan merubah sikap perilaku *mad'u* menjadi yang lebih baik.<sup>39</sup> Apabila dakwah disampaikan dalam bentuk tulisan, maka tulisan tersebut merupakan pesan dakwah, apabila disampaikan melalui lisan, maka ucapan itulah yang disebut dengan dakwah. Pesan dakwah tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis. Namun apabila pesan tersebut didasarkan pada kepentingan nafsu atau pembenaran pribadi saja, maka pesan tersebut tidak dikategorikan sebagai pesan dakwah.<sup>40</sup>

Di era yang serba digital seperti sekarang ini, untuk menyampaikan pesan dakwah dapat dilakukan kapan pun dan dimanapun. Dakwah bisa dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan

---

<sup>35</sup> Astrid Faidlatul Habibah and Irwansyah Irwansyah, "Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru," *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 2 (July 11, 2021): 350, <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>.

<sup>36</sup> KH Lalu Gede Muhammad Zainuddin Atsani, "Transformasi Media Pembelajaran Pada Masa Pandemi Covid-19," *Al-Hikmah : Jurnal Studi Islam* 1, No. 1 (July 7, 2020): 82.

<sup>37</sup> "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed April 1, 2023, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/siber>.

<sup>38</sup> Brenda Brasher, *Encyclopedia of Fundamentalism: Volume 3 of Religion & Society* (Berkshire Publishing Group, 2001).

<sup>39</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017).271

<sup>40</sup> Ibid.

metode *bil lisan* (dengan ucapan), *bil hal* (dengan Tindakan).<sup>41</sup> Seiring dengan berkembangnya teknologi, kini ketiga metode tersebut dapat ditayangkan secara virtual melalui media. Menurut Mc Luhan, teknologi media telah menciptakan revolusi ditengah masyarakat, sebab masyarakat sangat bergantung kepada teknologi.<sup>42</sup> Menurut teorinya, *technological determinism*, teknologi bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk pikiran manusia. Dapat diartikan bahwa pikiran manusia dipengaruhi oleh teknologi media yang digunakan. Sebab menurut Mc Luhan, media adalah pesan (*the medium is the message*). Maksud dari pernyataan tersebut adalah isi pesan yang disampaikan oleh media tidaklah lebih penting dari media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada penerimanya. Artinya media memberikan pengaruh besar bagi masyarakat yang menerima pesan. Contohnya, pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial YouTube akan berbeda ketika pesan dakwah disampaikan melalui radio yang hanya menyampaikan pesan melalui audio, tidak akan sama ketika pesan dakwah disampaikan melalui tayangan video. Akan berbeda lagi apabila pesan dakwah disampaikan dalam bentuk teks melalui media sosial WhatsApp. Dalam teori ini, Mc Luhan memiliki tiga asumsi yang dijadikan sebagai landasan dalam teori tersebut:

- 1) Media mempengaruhi setiap perbuatan atau tindakan dalam masyarakat
- 2) Media memperbaiki persepsi masyarakat dan mengelola pengalaman yang telah dilakukan. Media memiliki pengaruh besar dalam memengaruhi seseorang dalam memandang dunia
- 3) Media mengikat dunia bersama-sama. Mc Luhan menggunakan istilah *global village* untuk menggambarkan bagaimana media mengikat dunia menjadi satu sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya global. Menurutnya media mampu menyatukan dunia ke dalam budaya populer dan global serta menjadikan dunia tak lebih dari sebuah desa atau kampung. Masyarakat yang berada di desa tersebut dapat menerima informasi dengan cepat, sehingga menumbuhkan rasa kepedulian antar sesama. Sebagaimana masyarakat dalam sebuah desa yang saling mengenal dan peduli dengan orang di sekitarnya.<sup>43</sup> Dalam kajian ini, media yang dibahas adalah media sosial YouTube.

YouTube adalah media sosial penyedia informasi populer yang disajikan dalam bentuk tayangan video. Dimana setiap orang dapat mengunggah maupun menikmati tayangan video yang diinginkan.

---

<sup>41</sup> Ibid.

<sup>42</sup> Morissan, Andy Corry Wardhani, and Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017). 30

<sup>43</sup> Ibid.



Termasuk didalamnya informasi dan pengetahuan tentang agama Islam. Sehingga YouTube dapat dijadikan sebagai media dakwah. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.<sup>44</sup>

Penggunaan media sosial erat kaitannya dengan aktivitas komodifikasi. Karl Max memandang bahwa pemilik modal memiliki kuasa sepenuhnya atas semua yang diproduksi oleh pekerja dengan mengubah nilai personal menjadi nilai tukar yang menguntungkan. Sehingga sesuatu dianggap tidak bernilai apabila tidak memiliki nilai tukar.<sup>45</sup> Kini komodifikasi dakwah melalui media sosial bukanlah hal yang asing lagi, kerap kali dakwah dieksploitasi untuk mendapatkan keuntungan. Vincent Mosco dalam teori politik ekonomi mengungkapkan bahwa komodifikasi dibagi menjadi tiga, yaitu komodifikasi isi, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja.<sup>46</sup> Komodifikasi isi berkaitan erat dengan konten media yang dibagikan kepada audiens. Dalam kajian ini yaitu konten dakwah dakwah Habib Ja'far dalam *channel* YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor. Kemudian komodifikasi audiens berhubungan dengan *rating* untuk kepentingan iklan yang akan memberikan dukungan Kerjasama dengan akun tersebut. Sedangkan komodifikasi pekerja yaitu komodifikasi yang berhubungan dengan cara bagaimana pekerja dimanfaatkan oleh pemangku kepentingan media.

Komodifikasi konten membahas tentang politik ekonomi dalam komunikasi, di mana poin utamanya adalah isi dari media yang dirubah dari nilai guna menjadi nilai tukar.<sup>47</sup> Komodifikasi konten media berhubungan dengan isi suatu media yang dapat dipasarkan karena sesuai atau cocok dengan kebutuhan konsumen. Proses komodifikasi melibatkan transformasi pesan, mulai dari sistem bit data hingga dapat dikonsumsi masyarakat, yang berarti menjadi produk yang dapat dipasarkan. Sehingga isi media yang berupa tulisan, gambar, simbol, informasi dan sebagainya menjadi suatu hal yang dapat dipasarkan , karena hal-hal itulah yang banyak dicari oleh masyarakat.

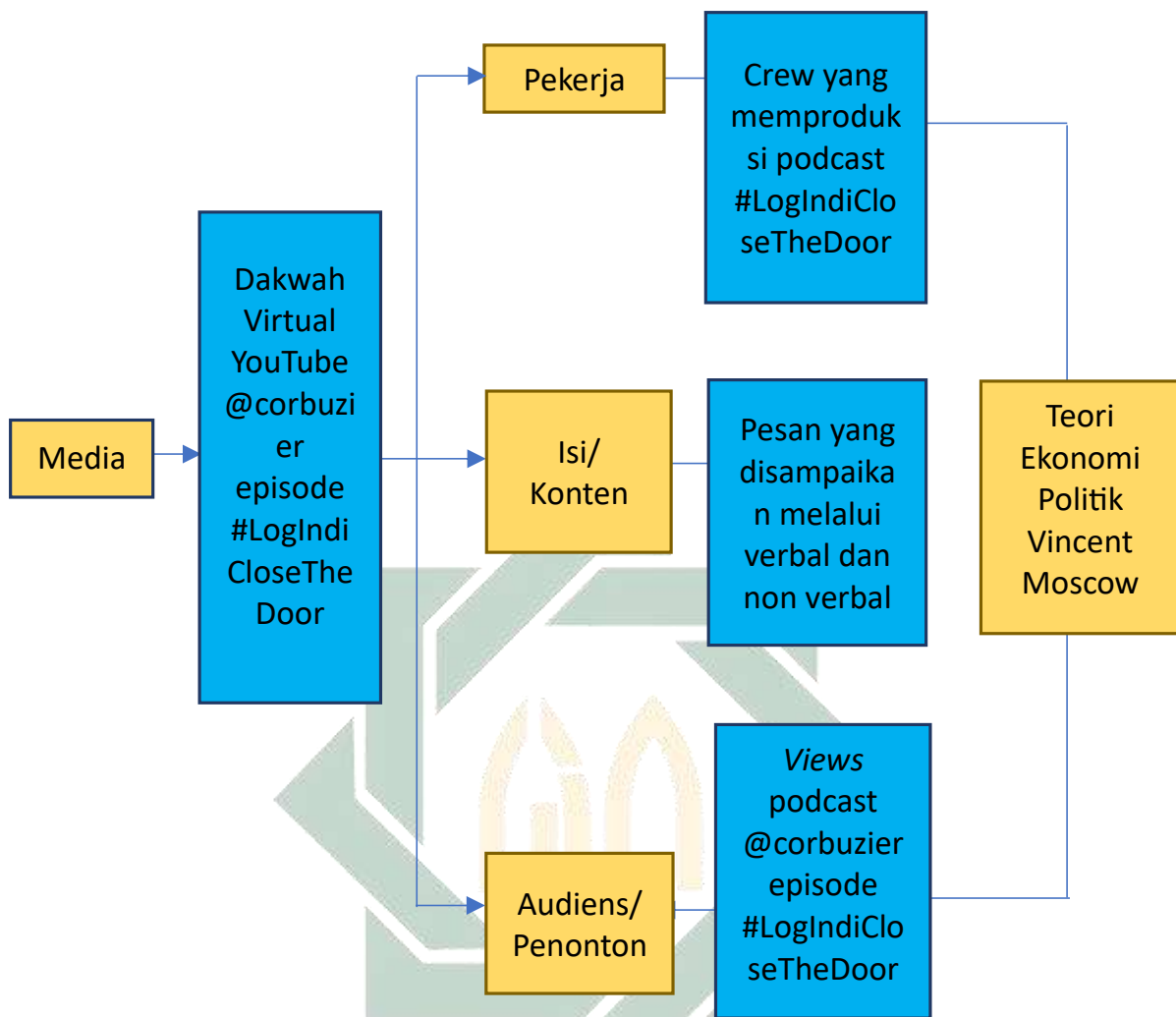
---

<sup>44</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017).271

<sup>45</sup> Indah Suryawati and Udi Rusadi, "Etnografi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustadz Di Channel Youtube," *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 5, no. 2 (December 31, 2021): 111–28, <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.111-128>.

<sup>46</sup> Mosco, "The Political Economy of Communication." (New Delhi: Sage Publication. 2009). 11

<sup>47</sup> Subandi and Sadono, "Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)." 2018.1



Bagan 1. Kerangka Teoritik

## G. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang akan dilakukan tidak lepas dari penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu akan memudahkan peneliti dalam menentukan tahap-tahap penelitian, baik dari segi teori maupun konsep penelitian. Sebelum peneliti melakukan penelitian tentang komodifikasi konten dakwah pada channel YouTube @corbuzier dalam episode LogIndiCloseTheDoor, terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang relevan. Penelitian tersebut akan diklasifikasikan menjadi dua kajian komodifikasi konten dakwah dan yaitu fenomena *cyber religion*.

### 1. Komodifikasi konten dakwah

- a. Penelitian berjudul “Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar di YouTube: Ekspresi Kesalehan dan Wacana Baru dalam Kontestasi Keagamaan di Era Kontemporer” pada *Proceedings of International Conference on*

*Islamic Studies* oleh Akhmad Roja Badrus Zaman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan *platform* YouTube yang digunakan sebagai media dakwah didasarkan pada usaha pencerahan spiritual generasi muda. Mengacu pada konsumen dakwahnya yang Sebagian besar merupakan anak muda, maka konten yang disajikannya pun disesuaikan dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep analisis *circuit of culture*, Habib Husein Jafar melalui kontennya mampu merekonstruksi persepsi masyarakat mengenai definisi kesalehan seseorang dengan tidak sebatas berbasis tampilan normative (seperti berjubah dan bersorban) tetapi lebih kepada sisi substantif, yakni dengan perilaku dan pengetahuan yang mumpuni. Dari konten yang dibuatnya, ia mampu memvisualisasikan diri sebagai anak muda yang shaleh dengan tidak menanggalkan status sosialnya sebagai anak muda.<sup>48</sup>

- b. Tesis penelitian berjudul *Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi Ramadhan (Analisis Semiotika terhadap Iklan TV Ramayana Edisi Ramadhan 2017)* oleh Hidayat Surya Abadi tahun 2019. Penelitian ini menggunakan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengungkap hubungan antara penanda, petanda, dan tanda dalam berbagai teks (audio visual) yang membentuk mitos dan konsep bangunan ideologi, hingga melanggengkan praktik komodifikasi agama. Hasil penelitian menunjukkan konsep semiotika yang bekerja pada proses penanda, petanda, dan tanda menemukan menemukan mitos-mitos untuk melanggengkan sistem ideologi konsumtif dan kapitalisme, membungkus nilai-nilai sacral ajaran agama. Konsep simulacrum, membuat iklan komersial berdurasi 3.15 menit itu seolah merupakan sebuah kewajaran alamiah dan masuk akal. Meski realitas yang dibangun dalam iklan tersebut sering kali ambivalen dengan kehidupan nyata.<sup>49</sup>
- c. Penelitian oleh Fianto dan Qorib berjudul *Komodifikasi Agama dan Kepentingan Ekonomi Politik Media dalam Sinetron Para Pencari Tuhan pada Jurnal Komunikasi Nusantara* tahun 2022. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sinetron Para Pencari Tuhan tidak lebih dari komodifikasi aspek spiritualitas

---

<sup>48</sup> Akhmad Roja Badrus Zaman, "Komodifikasi Konten Dakwah Habib Husein Jafar Al-Hadar Di Youtube: Ekspresi Kesalehan Dan Wacana Baru Dalam Kontestasi Keagamaan Di Era Kontemporer," *Proceedings ICIS 2021* 1, no. 1 (January 3, 2022), <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/icis/article/view/12688>.

<sup>49</sup> Hidayat Surya Abadi, "Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi Ramadhan", Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya," n.d.

atau agama. Nilai agama yang mulanya dipandang atas prinsip nilai guna transformasi menjadi nilai tukar. Agama dijadikan sebagai komoditas di tengah industrialisasi masyarakat kapitalis. Lembaga media memiliki kekuatan (power) menentukan program apa saja yang akan dijadikan komoditas baru di layar televisi.<sup>50</sup>

- d. Penelitian oleh Dedy Pradesa dan Yunda Presti Ardilla berjudul *Komodifikasi dan Efek Eksternalitas Program Dakwahtainment Islam Itu Indah* pada *Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* tahun 2020. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tanda-tanda komodifikasi terjadi dalam empat kategori yaitu komodifikasi konten komunikasi, khalayak, pengisi acara (tenaga kerja), dan nilai-nilai keagamaan. Sedangkan efek eksternalisasi yang dihasilkan ada yang bermuatan positif, tetapi lebih banyak muatan negatifnya.<sup>51</sup>
  - e. Penelitian berjudul *Komodifikasi Agama dalam Konten YouTube "Ukhti Mega Official"* oleh Desika Fiorentina pada *Jurnal Suarga* tahun 2022. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa YouTube sebagai alternatif media yang banyak digunakan oleh masyarakat khususnya kaum muda. Konten di dalamnya sangat beragam seperti konten perjalanan menuntut ilmu, ataupun konten berbasis agama yang berisi motivasi, ceramah dan yang lainnya. Konten yang diunggah tersebut berdampak pada perekonomian penggunanya, pembuat konten atau Youtuber dapat menghasilkan pundi-pundi rupiah melalui jumlah *views*nya.<sup>52</sup>
2. Fenomena *cyber religion*
- a. Penelitian dengan judul "*Pengaruh Cyber religion dalam Dakwah Milenial terhadap Perilaku Keagamaan Views Channel YouTube Caknun.com*" oleh Khirzatun Nafisah tahun 2022. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat pengaruh *cyber religion* terhadap perilaku keagamaan *views channel* YouTube CakNun.com. Hal tersebut didasarkan

---

<sup>50</sup> Latif Fianto and Fathul Qorib, "Komodifikasi Agama Dan Kepentingan Ekonomi Politik Media Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan," *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4, no. 1 (June 30, 2022): 140–48, <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.148>.

<sup>51</sup> Pradesa and Ardilla, "Komodifikasi dan Efek Eksternalitas Program Dakwahtainment Islam Itu Indah." *Inteleksia - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 2020. 85

<sup>52</sup> Desika Fiorentina, "Komodifikasi Agama Dalam Konten Youtube 'Ukhti Mega Official,'" *Jurnal SUARGA: Studi Keberagamaan Dan Keberagaman* 1, no. 1 (July 29, 2022): 35–44, <https://doi.org/10.24090/suarga.v1i1.6572>. 35

pada nilai t hitung sebesar 3,592 yang nilainya lebih tinggi dari pada t table sebesar 1,660.<sup>53</sup>

- b. Penelitian berjudul *Religion in Cyberspace: Islamic Religious Education in Social Media* oleh Kambali, Muslikh, Abas Hidayat, dan Nur Abdurrahman pada jurnal *Edukasi Islam* tahun 2023. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa melalui teknologi digital diharapkan dapat menanamkan nilai-nilai keagamaan, dan para pendidik terus mengembangkan pembelajaran agama Islam melalui internet. Proses interaksi di media sosial juga perlu memperhatikan etika komunikasi yang baik. Pendidikan agama Islam penting untuk menghindari ghibah, suudzon, tajassus, fitnah, dan sukhriyah untuk menghindari adanya *cyber bullying*.<sup>54</sup>
- c. Penelitian oleh Hatta Aswad Umar berjudul *Studi Kualitatif Praktik Cyber religion pada Followers Akun Media Sosial Instagram & TikTok @basyaman00 & @hanan\_attaki\_ Tahun 2022*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi internet yang signifikan mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia khususnya dalam berdakwah. Seperti akun @basyaman00 dan @hanan\_attaki\_, keduanya merupakan contoh pengguna media sosial yang memanfaatkan media sosial Instagram dan TikTok untuk menyebarluaskan konten-konten dakwah. Dengan adanya media tersebut dapat mempermudah Ustadz Hanan dan Husein sebagai da'I dalam mempersuasi *mad'unya*.<sup>55</sup>
- d. Penelitian berjudul *Cyber religion dan Real Religion di Tengah Masyarakat Digital* oleh Habibi Malik pada *Jurnal Komunika* tahun 2021. Penelitian tersebut memaparkan fenomena *cyber religion* atau online yang meniscayakan jaringan internet sebagai medianya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara konseptual, kehadiran *cyber religion* ini memberikan peluang baru untuk aktivis dakwah untuk menegakkan agama Islam dengan memanfaatkan dunia maya sebagai wadah yang tidak

---

<sup>53</sup> Khirzaton Nafisah, "Pengaruh *Cyber religion* Dalam Dakwah Milenial Terhadap Perilaku Keagamaan *Views Channel Youtube Caknun.Com*" (IAIN Kudus, 2022), <http://repository.iainkudus.ac.id/7797/>.

<sup>54</sup> Kambali Kambali et al., "Religion in Cyberspace: Islamic Religious Education in Social Media," *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 01 (February 24, 2023), <https://doi.org/10.30868/ei.v12i01.3886>.

<sup>55</sup> Aswad Hatta Umar, "Studi Kualitatif Praktek *Cyber religion* Pada Followers Akun Media sosial Instagram & Tiktok @basyaman00 & @hanan\_attaki\_ Tahun 2022," *Naskah Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*, 2022, <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/18063/>.



asing bagi masyarakat digital. Sehingga pesan-pesan agama mampu diterima dengan baik oleh khalayak melalui ruang cyber.<sup>56</sup>

Semua kajian terdahulu telah memberikan banyak kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, utamanya terkait dengan komodifikasi dakwah melalui media sosial youtube di era *cyber religion* seperti sekarang ini. Selaras dengan apa yang akan dikaji oleh peneliti, penelitian diatas merupakan kajian yang menjadi acuan bagi peneliti. Meskipun memiliki beberapa kesamaan terkait dengan tema penelitian, namun penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki perbedaan pada objek penelitian, yaitu kanal YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor. Penelitian ini akan dikaji secara mendalam dengan menggunakan analisis semiotika milik John Fiske. Studi ini mengidentifikasi bagaimana praktik komodifikasi yang muncul pada channel YouTube @corbuzier pada episode #LogIndiCloseTheDoor. Penelitian ini akan memberikan kontribusi baru dalam pemahaman tentang praktik komodifikasi konten dakwah di era *cyber religion*.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan gambaran penulisan yang jelas. Secara global penulis merinci sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab pertama, diawali dengan bab pendahuluan yang akan diuraikan tentang konteks penelitian, identifikasi dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

### **BAB II KAJIAN TEORITIS**

Bab ini berisi kajian pustaka dan teori-teori yang digunakan dalam penelitian kali ini serta penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian ini. Kajian teoritis digunakan untuk menambah wawasan konseptual mengenai masalah penelitian serta instrument penelitian yang digunakan untuk menganalisis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas mengenai pendekatan yang digunakan dalam penelitian termasuk didalamnya terdapat jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan data serta tahap-tahap dalam penelitian ini.

### **BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

Bab ini menguraikan temuan penelitian dan hasil pembahasan sesuai dengan teori-teori yang relevan. Peneliti akan menjabarkan secara deskriptif penelitian yang dilakukan.

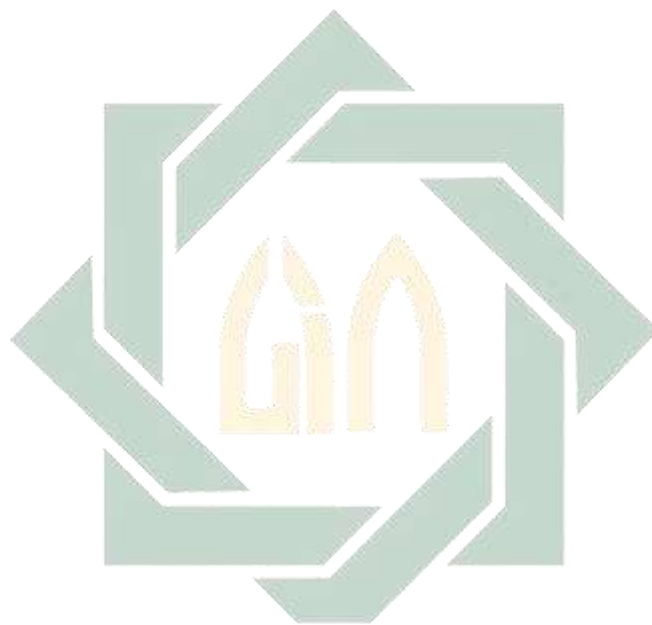
### **BAB V PENUTUP**

---

<sup>56</sup> Malik, "Cyber religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital." Komunika, 2021. 63



Bab ini merupakan penutup, didalamnya terdapat kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Diakhiri dengan adanya daftar pustaka serta lampiran-lampuran dalam penelitian.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Kajian Konseptual

##### 1. Komodifikasi Konten

Proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar dikenal dengan istilah komodifikasi. Suatu barang dinilai dari apa yang dibawanya ke pasar, bukan dari kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan satu orang.<sup>57</sup> Di era modern, kehadiran teknologi komunikasi dan informasi terkini menguatkan proses komodifikasi. Komodifikasi seolah menjadi landasan untuk menanamkan konsep profannya. Muncul pandangan bahwa proses komodifikasi sangat terkait erat dengan media, yang tidak lain karena kepemilikan media hanya dapat dilakukan oleh mereka yang memiliki modal yang kuat.<sup>58</sup> Dengan kata lain, pendirian media memerlukan investasi besar. Oleh karena itu, jika kebutuhan modal terpenuhi, upaya untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya akan dilakukan. Akhirnya, tidak hanya hal-hal yang memiliki nilai ekonomis yang dianggap sebagai komoditas, tetapi manusia sendiri, yang pada dasarnya sebagai pelaku dalam proses produksi, turut menjadi korban komodifikasi.

Konten media adalah materi yang selalu memiliki nilai, karena media senantiasa memiliki kepentingan tertentu. Konten media diubah menjadi komoditas untuk mencerminkan realitas sosial yang dibangun. Konten media juga dipengaruhi oleh proses sosialisasi, sikap pekerja media terpengaruh oleh rutinitas media, institusi sosial, dan tekanan dari individu lainnya.<sup>59</sup> Konsep komodifikasi dalam perspektif Marx berakar pada pendekatan materialistik yang menekankan pada aktivitas produktif para pelaku yang merupakan inti dari kapitalisme. Cara mereka berinteraksi

---

<sup>57</sup> Khairul Syafaruddin and Ni'matul Mahfiroh, "Komodifikasi Nilai Islam Dalam Fashion Muslim Di Instagram," *Profetika: Jurnal Studi Islam* 21, no. 1 (July 21, 2020): 8–16, <https://doi.org/10.23917/profetika.v21i1.11644>.

<sup>58</sup> Yovantra Arif and Wisnu Prasetya Utomo "Orde Media: Kajian Televisi Dan Media Di Indonesia Pasca-Orde Baru – INSISTPress," accessed December 29, 2023, <https://insistpress.com/katalog/orde-media-kajian-televisi-dan-media-di-indonesia-pasca-orde-baru/>.

<sup>59</sup> Sigit Surahman, Annisarizki Annisarizki, and Rully Rully, "Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman\_al\_jugjawy," *Nyimak: Journal of Communication* 3, no. 1 (April 2, 2019): 15–29, <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1208>.

dengan lingkungan dan pihak lain adalah apa yang Marx sebut sebagai nilai komoditas.

Ketika pekerja industri media membahas komoditas dalam konteks komunikasi, mereka akan memulainya dengan konten media. Terutama dari sudut pandang ini, proses komodifikasi dalam komunikasi mengubah pesan dari bentuk kode biner ke sistem makna menjadi produk yang dapat diperdagangkan. Penjelasan singkat ini menunjukkan bahwa penciptaan nilai tukar dalam konten komunikasi melibatkan hubungan sosial yang kompleks dengan komoditas, termasuk pekerja, konsumen, dan pemilik modal.<sup>60</sup>

Pada konten Login, video dakwah diikuti dengan iklan produk. Konten video tersebut dimodifikasi sedemikian rupa sehingga dapat menarik masyarakat untuk menonton sekaligus dapat menjadi orang yang religious. Komodifikasi konten adalah proses mengubah nilai guna konten menjadi nilai jual sehingga mendapatkan banyak *views* dan akhirnya mendapatkan keuntungan.

## 2. Pesan Dakwah

Pesan merupakan sesuatu yang disampaikan oleh satu individu kepada individu yang lain dalam proses komunikasi.<sup>61</sup> Jenis pesan terbagi menjadi dua yaitu pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal yaitu pesan yang disampaikan dengan menggunakan kata-kata dan dapat dipahami dengan mudah oleh penerimanya. Kemudian pesan non verbal adalah pesan yang tidak disampaikan menggunakan kata-kata secara langsung, namun dapat dipahami isinya oleh penerima berdasarkan gerak-gerik, tingkah laku, dan ekspresi pengirim pesan.<sup>62</sup> Sedangkan dakwah merupakan suatu proses penyebaran ajaran agama islam, mencakup seluruh aspek kehidupan manusia serta mengaturnya dengan cara yang berarti bagi moralitas manusia (kehidupan moralitas dan kemanusiaan).<sup>63</sup>

Menurut Ali Aziz, pesan dakwah adalah *massage* yang berupa simbol-simbol. Dalam bahasa arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Pesan dakwah merupakan segala bentuk informasi yang disampaikan baik secara lisan, tertulis, berupa

---

<sup>60</sup> Mosco, "The Political Economy of Communication." (New Delhi: Sage Publication. 2009).11

<sup>61</sup> Alimuddin A. Djawad, "Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi," *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 1, no. 1 (April 1, 2016), <https://doi.org/10.33654/sti.v1i1.344>.

<sup>62</sup> Ibid

<sup>63</sup> Ahidul Asror, *Paradigma dakwah konsepsi dan dasar pengembangan ilmu* (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2018), <http://digilib.uinkhas.ac.id/253/>.

gambar, suara, dan lain sebagainya.<sup>64</sup> Apabila dakwah disampaikan melalui tulisan, maka yang dimaksud pesan dakwah adalah tulisan tersebut. Jika pesan dakwah disampaikan melalui suara seperti ceramah atau khutbah, maka suara itulah yang dimaksud sebagai pesan dakwah.

Variasi pesan dakwah dapat beragam, selama yang disampaikan adalah hal baik yang tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadits. Pesan dakwah merupakan hal baik yang mesti disampaikan kepada *mad'u* dengan harapan pesan tersebut dapat diterima dan diterapkan oleh *mad'u*. dalam Al-Qur'an sendiri, pesan dakwah berkisar pada masalah tugas pokok yaitu akidah, akhlak, dan hukum. Tidak hanya sebatas pesan dakwah, Al-Qur'an telah memaparkan baik secara implisit dan eksplisit mengenai cara dalam menyajikan materi dakwah.<sup>65</sup> Oleh sebab itu, agar pesan dapat diterima dari pengguna ke pengguna lain, maka proses penyampain dakwah membutuhkan media perantara.<sup>66</sup>

Dalam proses dakwah, perlu adanya konsep-konsep mengenai langkah yang akan diambil sebelum melakukan dakwah. salah satunya yaitu mempersiapkan rancangan perihal pesan dakwah yang akan disampaikan. Persiapan ini dilakukan untuk mempermudah aktivitas da'I dalam melakukan aktivitas dakwahnya, sehingga dakwah yang dilakukan lebih efektif. Efektivitas dakwah tidak ditentukan dari jumlah kehadiran *mad'u*, maupun gelak tawa yang meriah. Namun tingkat efektivitas dakwah dapat dapat dinilai dari sejauh mana pesan dakwah dapat diterima oleh *mad'u*, dipahami, serta diamalkan dalam kehidupan sehari-hari. Supaya mudah dalam merumuskan konsep, pesan dakwah dikelompokkan sebagai berikut:

1. Aqidah, meliputi iman kepada Allah, malaikat-malaikat Allah, kitab-kitab Allah, Rasul Allah, hari akhir, serta *qadha* dan *qadar*.
2. Syari'ah, meliputi ibadah, muamalah, dan hukum publik
3. Akhlak, meliputi akhlak kepada Allah dan makhluk Allah.<sup>67</sup>

Pertama Aqidah, secara etimologi diartikan sebagai ikatan, dan angkutan. Secara teknis dimaknai sebagai kepercayaan, keyakinan, iman, *creed*, *creedo*.<sup>68</sup> Menurut bahasa, Aqidah berasal

---

<sup>64</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2017). 271

<sup>65</sup> M. Quraish Shihab, *"Membumikan" Al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat* (Mizan Pustaka, 2007).

<sup>66</sup> Djawad, "Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi." *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 2016. 95

<sup>67</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: CV. Salsabila Putra Pratama, 2013). 71

<sup>68</sup> Endang Syaifudin Anshari, *Wawasan Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 1993). 25

dari kata *al-aqd*, yaitu mengikat, menguatkan, teguh, mengukuhkan. Secara istilah Aqidah ialah iman yang kuat terhadap Allah dan apa yang diwajibkan, berupa tauhid (bentuk penghambaan kepada Allah dalam bentuk peribadatan), percaya kepada malaikat-malaikatNya, kitab-kitabNya, rasu;-rasulNya, hari akhir, dan mengimani ketetapan baik dan burukNya serta mengimani sema hal-hal yang termasuk dalam kategori pokok-pokok keimanan berupa prinsip-prinsip agama.<sup>69</sup> Aqidah merupakan materi pesan dakwah yang mendasar. Aspek Aqidah akan membentuk moral manusia. Oleh sebab itu, akidah dijadikan sebagai pondasi materi utama dakwah. Aqidah dalam agama islam memiliki ciri yang membedakan dengan agama yang lain, yaitu:<sup>70</sup>

1. Keterbukaan melalui persaksian (syahadat) dengan demikian, seorang muslim harus jelas identitasnya dan meyakini dengan teguh agamanya serta mengakui identitas keagamaan orang lain.
2. Cakrawala dan wawasan yang luas bahwa Allah merupakan Tuhan semesta alam. Pengetahuan tentang kemanusiaan, seperti asal usul manusia juga diperkenalkan pada aspek ini. Seluruh kepercayaan tentang ketuhanan, kerasulan, maupun alam ghaib dipaparkan secara jelas sehingga mudah untuk dipahami.
3. Keterpaduan antara iman dan islam serta iman dan amal perbuatan. Dalam pelaksanaan ibadah-ibadah yang utama merupakan sebuah manifestasi dari iman yang dipadukan dengan segi-segi pengembangan diri dengan kemaslahatan masyarakat yang bertujuan untuk kesejahteraan umat. Sebab akidah juga memiliki keterkaitan dengan hal-hal kemasyarakatan.

Kemudian syari'ah, sering disebut sebagai cermin peradaban. Ketika ia tumbuh matang, maka peradaban beserta hukum-hukum yang berjalan juga berkembang dengan sempurna. Penerapan syari'ah merupakan sumber yang melahirkan, dan melindungi sejarah peradaban islam. Syari'ah menjadi kekuatan peradaban bagi umat islam.<sup>71</sup> Syari'ah adalah hukum yang ditetapkan oleh Allah bagi hambaNya yang mencakup urusan agama meliputi ibadah (shalat, puasa, haji, dan zakat) dan muamalah yang menggerakkan kehidupan manusia (seperti jual

---

<sup>69</sup> Abdullah bin Abdul Aziz Aljibrin, *Cara Mudah Memahami Aqidah; Sesuai Al-Qur'an, As-Sunnah, Dan Pemahaman Salafus Shalih* (Jakarta: Pustaka At-Tazkia, 2007). 3

<sup>70</sup> Muhammad Munir and Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2006). 24

<sup>71</sup> Ismail, *Menjelajah Dunia Islam* (Bandung: Mizan Pustaka, 2000). 305



beli, menikah, dan lain-lain).<sup>72</sup> Pengertian syariah terdiri dua jenis hubungan, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan yang disebut ibadah dan hubungan manusia dengan manusia yang disebut muamalah.

1. Ibadah, memiliki arti kata menyembah, mengabdikan, menghinakan diri. Secara istilah berarti ketundukan manusia terhadap keagungan dan kekuasaan.
2. Mu'amalah, secara bahasa berasal dari arti kata *amala* – *yu'amilu* – *mu'amalatan* yang memiliki arti saling bertindak, saling berbuat, dan saling mengalahkan. Mu'amalah menurut istilah berarti peraturan yang diciptakan oleh Allah untuk mengatur hubungan dengan manusia dalam hidup dan kehidupan.<sup>73</sup> Mu'amalah memiliki cakupan yang lebih luas daripada ibadah, dengan alasan sebagai berikut:<sup>74</sup>
  - a.) Proporsi terbesar sumber hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadis berkenaan dengan rumusan mu'amalah.
  - b.) Adanya realita apabila waktu urusan ibadah bersamaan dengan urusan muamalah yang penting, maka ibadah boleh diperpendek atau ditanggguhkan (bukan ditinggalkan).
  - c.) Ibadah yang mengandung nilai kemasyarakatan akan mendapat ganjaran yang lebih besar dari pada ibadah yang dilakukan secara perorangan. Sebab itu, sholat jamaah lebih tinggi nilainya dari pada sholat sendiri (munfarid)
  - d.) Apabila urusan ibadah dilakukan tidak sempurna atau batal karena melanggar pantangan maka tebusannya adalah melakukan sesuatu yang bersifat mu'amalah. Sedangkan apabila seseorang tidak baik dalam urusan mu'amalah maka urusan ibadah tidak dapat menutupi persoalan tersebut.

Kategori ketiga yaitu akhlak. Kata akhlak berasal dari bahasa arab yaitu jamak dari *khuluqan* yang memiliki arti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Kalimat tersebut memiliki persamaan dengan kata *khuluqun*, yang berarti kejadian. Erat kaitannya dengan Khaliq yang berarti pencipta, dan makhluk yang berarti yang diciptakan.<sup>75</sup> Akhlak dalam bahasa Yunani sering disebut *ethic*, berasal dari kata *etiko* dalam bahasa latin disebut dengan istilah *moral*, yang berasal dari kata *moras*. Kata tersebut memiliki makna tabiat, budi pekerti, dan adat istiadat.<sup>76</sup> Sedangkan

---

<sup>72</sup> Yusuf Al-Qaradhawi, *Fiqih Maqashid Syariah* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007).12

<sup>73</sup> Dendi Suhendi, *Fiqih Mu'amalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindi Persada, 2002).2

<sup>74</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009. 115-117

<sup>75</sup> A Mustofa, *Akhlaq Tasawuf* (Jakarta: Pustaka Setia, 1999).11

<sup>76</sup> Poejawijatna, *Etika Filsafat Tingkah Laku* (Jakarta: Bumi Aksara, 1984). 1



secara terminologi, akhlak dimaknai oleh Al-Ghazali sebagai berikut:

Menurut Al-Ghazali dalam kitabnya *Ihya' Ulumuddin*, yang dikutip oleh Mahyudin dalam bukunya yang berjudul *Kuliah Akhlak Tasawuf*, akhlak merupakan suatu sifat yang tertanam dalam jiwa (manusia), yang dapat melahirkan suatu perbuatan yang mudah dilakukan tanpa melalui maksud untuk memikirkan. Sehingga apabila sifat tersebut melahirkan suatu tindakan yang terpuji menurut ketentuan akal dan norma agama, maka disebut dengan akhlak yang baik. Namun apabila melahirkan tindakan yang jahat, maka dinamakan akhlak yang buruk,<sup>77</sup> sedangkan menurut Ibnu Maskawaih dalam kitabnya *Tahzib Al-Akhlak*, yang dikutip oleh Abudin Nata dalam *Akhlak Tasawuf*, mendefinisikan akhlak sebagai keadaan jiwa yang mendorong untuk melakukan perbuatan-perbuatan tanpa melalui pemikiran dan pertimbangan.<sup>78</sup>

Dari paparan definisi di atas, pada dasarnya akhlak dalam islam mencakup kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi kondisi jiwanya. Akhlak bukanlah norma ideal yang tidak dapat diimplementasikan, dan bukan sekumplan etika yang terlepas dari kebaikan norma sejati. Sehingga yang menjadi materi akhlak dalam islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi. Sebab setiap manusia harus mempertanggungjawabkan semua yang telah dilakukannya. Sebab itulah islam mengajarkan standart perilaku dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan bukan kesengsaraan. Materi akhlak membahas norma luhur yang harus menjadi bagian dari jiwa manusia, serta tentang etika, tata cara yang harus dipraktikkan dalam kehidupan manusia sesuai dengan tujuannya.<sup>79</sup> Akhlak memiliki tiga bagian, yaitu akhlak kepada Allah, akhlak kepada sesama manusia, dan akhlak kepada lingkungan (terhadap hewan dan tumbuhan).<sup>80</sup>

Drs. Mahyuddin dalam *Kuliah Akhlak Tasawuf* mengungkapkan yang termasuk dalam akhlak kepada Allah antara lain:

- 1.) Bertaubat, merupakan suatu penyesalan karena perbuatan buruk yang telah dilakukan sebelumnya dan berusaha untuk menjauhinya serta melakukan hal-hal yang lebih baik.

---

<sup>77</sup> Mahyudi, *Kuliah Akhlak Tasawuf* (Jakarta: Kalam Mulia, 1999).4

<sup>78</sup> Abudin Nata, *Akhlak Tasawuf* (Jakarta: Raja, 2003).1

<sup>79</sup> Munir and Ilahi, *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006. 25

<sup>80</sup> Nata, *Akhlak Tasawuf*. Jakarta: Raja. 2003.1

- 2.) Bersabar, yaitu sikap menahan diri atas kesulitan yang dihadapi. Bukan berarri menyerah tanpa adanya usaha untuk melepas kesulitan tersebut.
- 3.) Bersyukur, yaitu sikap selalu ingin memanfaatkan nikmat yang telah diberikan oleh Allah.
- 4.) Bertawakal, merupakan sikap menyerahkan segala permasalahan kepada Allah setelah ia berusaha dengan maksimal untuk mewujudkan apa yang diharapkan.
- 5.) Ikhlas, yaitu sikap menjauhkan diri dari rasa ingin dipuji dari orang lain atas kebaikan yang telah dilakukan.
- 6.) Raja, yaitu sikap jiwa yang sedan menunggu sesuatu yang disenangi Allah. Setelah melakukan hal-hal yang menyebabkan terjadinya sesuatu yang diharapkan.
- 7.) Bersikap rasa takut, merupakan sikap jiwa yang sedang menunggu sesuatu ang tidak disenangi oleh Allah.<sup>81</sup>

Sedangkan akhlak terhadap sesama manusia yaitu perilaku yang berkaitan dengan perbuatan seseorang terhadap orang lain. Tidak melakukan sesuatu yang negative seperti menyakiti, ataupun mengambil hak orang lain tanpa alasan yang benar, bersikap sopan, bertutur kata yang baik, saling membantu, saling memaafkan, dan lain-lain.<sup>82</sup> sedangkan akhlak kepada lingkungan yaitu perilaku yang dilakukan kepada hewan, tumbuhan dan benda-benda yang tidak bernyawa lainnya. Contohnya seperti tidak menebang pohon secara liar, tidak memetic buah sebelum masak, dan sebagainya. Akhlak yang dimaksud dalam islam adalah menjaga kelestarian dan keselarasan dengan alam.<sup>83</sup>

Kemudian, terdapat lima karakter pesan dakwah menurut ‘Abd Al-Karim Zaydan,yaitu berasal dari Allah, komperhensif, umum (untuk semua manusia), ada balasan untuk semua tindakan, serta adanya keseimbangan antara realitas dan idealitas.<sup>84</sup> Pesan yang disampaikan dalam dakwah juga harus menyesuaikan dengan keadaan *mad’u* dengan melihat dari berbagai sudut pandang, seperti sosio kultur, latar belakang Pendidikan, isu-isu yang tengah berkembang di masyarakat, dan kondisi-kondisi yang lain. Oleh sebab itu, akan lebih baik apabila pesan dakwah memiliki keterkaitan

---

<sup>81</sup> Mahyudi, *Kuliah Akhlak Tasawuf*. Jakarta: Kalam Mulia, 1999. 158

<sup>82</sup> Ibid. 159

<sup>83</sup> Nata, *Akhlak Tasawuf*. Jakarta: Raja, 2003. 51

<sup>84</sup> Muhammad Nashir, “Dakwah Islam Masa Daulah Abbasiyah,” *Jurnal Komunikasi Islam* 2, no. 2 (December 12, 2012): 154–74, <https://doi.org/10.15642/jki.2012.2.2.154-174>.

dengan kehidupan masyarakat. Quraish Shihab berpendapat bahwa pesan dakwah tercermin dari tiga hal, yaitu:

1. Bagaimana ide-ide agama digambarkan sehingga mampu menumbuhkan semangat generasi muda untuk mempelajari hakikat-hakikatnya melalui partisipasi positif mereka.
2. Sumbangan agama ditujukan kepada masyarakat luas yang tengah membangun, khususnya di bidang sosial, ekonomi, dan budaya.
3. Kajian mengenai pokok-pokok agama yang menjadikan dasar bersama untuk mewujudkan Kerjasama antar agama tanpa mengabaikan identitas masing-masing dan tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadits.<sup>85</sup>

Kondisi umat islam di zaman Nabi Muhammad tentunya jauh berbeda dengan kondisi saat ini.<sup>86</sup> Nabi Muhammad diutus Allah untuk menyempurnakan agama dan menyampaikan ajaran islam, hal ini tidak lepas akan keadaan sosio kultur ketika Nabi menjalankan dakwahnya. Variasi model dakwah dan pesan dakwah yang eksis untuk era saat ini merupakan “jembatan” antara agama dan kehidupan kontemporer. Era modern atau bahkan postmodern seperti sekarang ini mendorong pola pikir masyarakat untuk mengikuti perkembangan zaman. Beberapa ciri masyarakat modern yaitu berfikir rasional, berfikir untuk masa depan, menghendaki efisiensi waktu, bersikap terbuka, dan berpikir objektif.<sup>87</sup> Seorang da'I perlu memperhatikan karakter *mad'u* untuk menyelaraskan pesan dakwah yang disampaikan. Terdapat tiga aspek yang menonjol dimana ajaran islam dapat berperan:

- a. Mewujudkan satu kekuatan pendorong bagi setiap pribadi dan masyarakat guna meningkatkan amal usaha dan kreasi mereka.
- b. Mewujudkan isolator-isolator antara pribadi-pribadi dan potensi penyelewengan yang dilakukan.
- c. Memelihara satu tingkat etik dalam melaksanakan tugas sehari-hari sebagai seorang muslim yang baik.<sup>88</sup>

Apabila ketiga aspek tersebut diterima sebagai bidang-bidang prioritas dan penonjolan peranan agama dalam kehidupan masyarakat, maka konsep pesan dakwah dapat disimpulkan bahwa

---

<sup>85</sup> Shihab, “Membumikan” Al-Quran: Fungsi dan Peran Whyu Dalam Kehidupan Masyarakat. 314.

<sup>86</sup> Muhammad Habib Siregar, *Fikih: Universalisasi Nilai Kepatutan Dalam Rasionalitas Dan Moralitas Hukum* (Depok: Prenada Media Group, 2017). 37

<sup>87</sup> Ali Mas'ud, *Akhlaq Tasawuf* (Sidoarjo: CV. Dwiputra Pustaka jaya, 2017). 179

<sup>88</sup> Shihab, “Membumikan” Al-Quran: Fungsi dan Peran Whyu Dalam Kehidupan Masyarakat. Jakarta: MizanPustaka, 2007. 315.

pesan dakwah merupakan sesuatu yang ditekankan pada *mad'u*, yang sesuai dengan kebutuhan tanpa mengabaikan kulltur *mad'u*, sehingga pesan dapat dipahami dan diamalkan dalam kehidupannya.

Pada dasarnya, dakwah merupakan aktivitas yang bersifat persuasif. Dalam diri seorang da'I terdapat usaha-usaha untuk mempengaruhi pandangan, sikap, bahkan mengubah tingkah laku seseorang.<sup>89</sup> Keberhasilan proses dakwah dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya yaitu efektifitas pesan dakwah. efektifitas pesan dakwah dapat dinilai dari tiga aspek perubahan yang dialami oleh *mad'u*. Tiga aspek ini antara lain: aspek pengetahuan (*knowledge*), aspek sikap (*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*). Jalaludin Rahmat (1982:269) berpendapat adanya tiga proses perubahan perilaku, yaitu:

- a. Efek kognitif. Berkaitan dengan apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh *mad'u*. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan informasi.
- b. Efek afektif. Efek ini muncul terdapat perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, ataupun hal yang dibenci. Pada dasarnya efek ini ditimbulkan dari emosi, sikap, serta nilai-nilai.
- c. Efek behavioral. Efek ini merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, meliputi pola tindakan, aktivitas yang dilakukan, dan kebiasaan berperilaku.<sup>90</sup>

### 3. YouTube sebagai Media Dakwah

Media sosial menjadi salah satu bentuk produk dari munculnya media baru yang digunakan sebagai alat komunikasi atau bertukar pesan antar sesama penggunanya. Di era modern ini, media sosial hadir dengan berbagai macam jenisnya dengan dilengkapi fitur unggulan masing-masing. Proses penyampaian pesan yang dikemas secara visual, audio, maupun audio visual mempunyai nilai tambah tersendiri bagi para penggunanya. Media sosial merupakan media dialog interaktif berbasis web yang memberikan ruang bagi penggunanya guna membangun profil public, pengguna juga dapat menentukan dengan siapa mereka akan berbagi sambungan.<sup>91</sup> Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan semua kalangan, mulai

---

<sup>89</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009. 446

<sup>90</sup> Ibid. 465

<sup>91</sup> danah boyd, "Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence," *Convergence* 14, no. 1 (February 1, 2008): 13–20, <https://doi.org/10.1177/1354856507084416>.

remaja, hingga orang dewasa. Alasan seseorang menggunakan media sosial menurut Mc.Quail yaitu sebagai media informasi, membangun identitas diri, integrasi dan interaksi sosial, dapat juga digunakan untuk hiburan.

Adapun kegunaan media sosial dalam kehidupan sosial yaitu sebagai sarana belajar, mendengarkan, dan menyampaikan. Bagi pihak yang membagikan konten, media sosial berguna untuk mengasah kemampuannya guna menyalurkan ide dan gagasannya. Sedangkan bagi audiens yang membaca konten, media sosial berguna untuk ruang belajar menerima informasi atau tanggapan dari orang lain. Karena mudahnya arus keterbukaan informasi, pengguna perlu menggunakan pisau Analisa yang tajam dan kritis sehingga tidak mudah menerima informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan, utamanya tentang pesan informasi keagamaan. Sebab hal tersebut merupakan pedoman yang paling dasar untuk kehidupan. Kebijakan dan control emosi menjadi bekal untuk dapat menerima informasi yang berkualitas.<sup>92</sup>

YouTube adalah salah satu media sosial penyedia informasi populer yang disajikan dalam bentuk tayangan video. Dimana setiap orang dapat mengunggah maupun menikmati tayangan video yang diinginkan. Termasuk didalamnya informasi dan pengetahuan tentang agama islam. Sehingga YouTube dapat dijadikan sebagai media dakwah. Kata media berasal dari Bahasa Latin yaitu *medius* yang secara kharfiah berarti perantara, tengah, atau pengantar.<sup>93</sup> Sedangkan dalam Bahasa arab disebut dengan wasilah yang memiliki arti perantara. Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk perantara penyampaian pesan dakwah kepada mitra dakwah.<sup>94</sup> Keberadaan media senantiasa sangat mempengaruhi terhadap aktivitas dakwah yang dikukan. Hal ini bertujuan agar dakwah yang dilakukan dapat berjalan efektif dan efisien. Media adalah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber ke penerima.<sup>95</sup> Oleh sebab itu, media merupakan salah satu unsur penting yang tidak boleh dilupakan dalam aktivitas dakwah. Dari beberapa definisimedia di atas ada beberapa pendapat yang penulis rangkum tentang jenis media dakwah dan macam-macamnya:

---

<sup>92</sup> Glenna Jayadi. Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk Kementerian Perdagangan RI Oleh: Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, accessed July 8, 2023, <https://adoc.pub/oleh-tim-pusat-humas-kementerian-perdagangan-ri.html>.

<sup>93</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009. 345

<sup>94</sup> Ibid

<sup>95</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: Qiara Media, 2019).38



- a. Asmuni Syukir menglompokkan media dakwah menjadi enam macam yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan seni budaya
- b. Al-Bayanuni hanya memilah media dakwah menjadi dua yaitu media materi (*madiyyah*) dan nin materu (*ma'nawiyah*). Yang disebut media materi adalah segala yang bisa ditangkap panca indra untuk membantu pendakwah dalam dakwahnya, seperti ucapan, gerakan, alat-alat, perbuatan, dan sebagainya. Jika tidak bisa ditangkap oleh panca indra yaitu berupa perasaan dan pikiran, maka dinamakan media nonmateri, seperti keimanan dan keihklasan pendakwah
- c. Abdul Kadir Munsyi mencatat enam jenis media dakwah: lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audio-visual, perbuatan dan organisasi
- d. Hamzah Ya'qub menyebut lima macam media dan metode dakwah yaitu lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak. Ia menyamakan media dengan metode dakwah.
- e. Mira Fauziyah membagi media dakwah menjadi dua macam: media dakwah eskternal (media cetak, media auditif, media visual, dan media auditif visual) dan media dakwah internal (surat, telepon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).

Sedangkan jika kita mengkaji media dari perspektif ilmu komunikasi, media dapat juga diklasifikasi menjadi tiga macam yaitu:

- a. Media Terucap (*the spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya
- b. Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya

Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar antara lain film, video, televisi, dan sejenisnya. Selain itu, ada yang mengklasifikasi jenis media dakwah menjadi dua bagian, yaitu media tradisional dan media modern. Media tradisional merupakan sebuah sarana yang dapat digunakan dengan tanpa bantuan teknologi komunikasi.<sup>96</sup> Sebelum abad 20, media tradisional banyak memberikan peran dalam aktivitas dakwah. Seperti halnya yang digunakan wali songo, ada yang menggunakan media wayang kulit,

---

<sup>96</sup> Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017. 407

ruqyah, cara bercocok tanam, tembang jawa dan lain-lain.<sup>97</sup> Bahkan mediadakwah tradisional tersebut hingga kini masih eksis digunakan dalam aktivitas berdakwah yang dilakukan oleh Gus Ulinnuha yang sesekali menyelipkan tembang-tembang jawa kuno pada setiap ceramahnya. Meskipun tidak banyak digunakan oleh kalangan saat ini, pada hakikatnya budaya-budaya lokal yang syarat akan nilai-nilai ini sejatinya telah mengandung pesan-pesan dakwah yang secara tersirat berusaha disampaikan oleh penciptanya. Selain media dakwah tradisional, klasifikasi selanjutnya adalah media modern, yang menggunakan kemajuan teknologi. Hal ini merupakan respon terhadap perkembangan zaman. Di era global ini, mau tidak mau dakwah yang dilakukan harus melakukan penyesuaian-penyesuaian, baik penyesuaian terhadap kondisi *da'i* atau penyesuaian terhadap kondisi *mad'u*.

Abdul Kadir Munsyi menyebutkan enam jenis media dakwah yaitu lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audiovisual, perbuatan, dan organisasi.<sup>98</sup> YouTube merupakan salah satu bentuk media dakwah jenis audiovisual.<sup>99</sup> Berdasarkan penelitian, media sosial Youtube memberikan pengaruh yang signifikan dalam memperkenalkan dan memberikan pengaruh positif terhadap dakwah.<sup>100</sup> Berkembangnya dakwah di media sosial merupakan suatu kemajuan bagi dakwah islam. Meskipun pada hakikatnya dengan ataupun tanpa media sosial, dakwah harus tetap berjalan. Media sosial hanya sebagai sarana untuk menunjang keberlangsungan aktivitas dakwah itu sendiri supaya lebih cepat dalam penyebarannya. Sebab pada dasarnya dorongan dakwah tidak muncul sebab materi melainkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah.<sup>101</sup> Dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 110, Allah telah menyebutkan:

---

<sup>97</sup> Aris Saefulloh, "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah," *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (September 3, 2012): 138–60, <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>. 145

<sup>98</sup> Abdul Kadir Munsyi, *Metode Diskusi Dalam Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1981).

<sup>99</sup> Nanik Mujiati, Muhammad Munir, and Ivan Sunata, "Persuasi Dakwah Youtube Pada Mahasiswa Islam Di Kota Surabaya Selama Pandemi," *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah* 3, no. 1 (June 24, 2021): 46–57, <https://doi.org/10.32939/ishlah.v3i1.61>.

<sup>100</sup> "Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Dakwah Islam Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) | Sinkron : Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika," accessed November 15, 2023, <https://polgan.ac.id/jurnal/index.php/sinkron/article/view/150>. 60

<sup>101</sup> Farida Nur Rahma and Mada Wijaya Kusumah, "Youtube Sebagai Media Dakwah Masa Pandemi Covid 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)," preprint (Open Science Framework, January 13, 2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/m5ub8>. 47

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ  
بِاللَّهِ ۗ وَلَوْ أَمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyeru kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik dari mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.”<sup>102</sup>

Dalam Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah, ayat tersebut menunjukkan keutamaan yang Allah berikan kepada umatNya, yaitu manusia terbaik yang menyeru kepada apa yang Allah dan RasulNya perintahkan dan melarang apa yang dilarang oleh Allah dan RasulNya, dan mereka beriman kepada Allah.<sup>103</sup>

#### 4. *Cyber Religion*

*Cyber* menurut KBBI berarti sistem computer dan informasi, dunia maya, berhubungan dengan internet.<sup>104</sup> Dari makna tersebut, *cyber* dapat diartikan sebagai ruang informasi yang dapat menghubungkan penggunanya sampai ke seluruh penjuru dunia melalui jaringan internet. Sedangkan *religion* merupakan kata dalam Bahasa Inggris yang berarti agama. Sehingga *cyber religion* dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan keagamaan yang ditayangkan di dunia maya sehingga dapat diakses oleh semua orang di dunia. Brenda Brasher’s mengungkapkan makna *cyber religion* sebagai sebuah pesan keagamaan yang dapat diakses melalui internet kapanpun dan dimanapun<sup>105</sup>. Sedangkan Fakhruroji, M, menyebutkan bahwa *cyber religion* menggambarkan kultur masyarakat secara luas yang berkaitan dengan proses virtualisasi agama dan kebudayaan.<sup>106</sup>

Dawson Cowan memiliki pendapat bahwa konsep *cyber religion* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *religion online* dan *online religion*. *Religion online* yaitu perpanjangan dari otoritas agama tradisional ke dunia digital, seperti membaca qur’an melalui

<sup>102</sup> “Qur’an Kemenag,” accessed June 4, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/>.

<sup>103</sup> “Surat Ali ‘Imran Ayat 110 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb,” accessed September 13, 2023, <https://tafsirweb.com/1242-surat-ali-imran-ayat-110.html>.

<sup>104</sup> “Hasil Pencarian - KBBI Daring.”

<sup>105</sup> Brasher, *Encyclopedia of Fundamentalism*.

<sup>106</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*, ed. Iqbal Triadi Nugraha, vol. 1 (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 234. <https://digilib.uinsgd.ac.id/31509/>.

*smartphone*, mendengarkan dakwah melalui media sosial seperti youtube dan Instagram maupun TikTok. Sedangkan *Online religion* yaitu berhubungan dengan umat dalam aktivitas keagamaan yang dilakukan secara virtual, seperti tahlilan dan doa bersama secara virtual yang dilakukan ketika pandemic Covid-19.<sup>107</sup>

Masih terjadi perdebatan di kalangan ulama mengenai keberadaan *cyber religion*. Beberapa ulama berpendapat bahwa tidak ada yang salah dengan *cyber religion* karena mencoba menguatkan agama Islam melalui pemanfaatan media sosial sebagai platformnya. *Cyber religion* hadir dengan tujuan menunjukkan pentingnya menerapkan Islam di era digital, yang berusaha memenuhi kebutuhan dan menjawab masalah-masalah kontemporer. Dalam konteks ini, disampaikan bahwa Islam dapat beradaptasi dengan zaman atau sesuai dengan prinsip "*shalih li kuli zaman wa makan*" yang artinya Islam bukanlah agama yang kaku, melainkan memiliki karakter, rasionalitas, fleksibilitas, adaptabilitas, dan wawasan ke depan.<sup>108</sup> *Cyber religion* berupaya menggambarkan agama secara demokratis, di mana ada kebebasan untuk mengakses informasi mengenai agama sesuai selera dan kebutuhan masing-masing tanpa perlu berkonsultasi secara langsung dengan ulama atau guru. Hadirnya *cyber religion* diartikan sebagai sebuah dinamika baru yang dapat dimanfaatkan untuk beraktivitas dalam hal keagamaan. *Cyber religion* menjadi opsi bagi masyarakat luas

Pendapat yang berbeda menyatakan bahwa beberapa ulama menentang penggunaan media sosial, seperti dakwah online atau ngaji online, dapat menghasilkan pemahaman yang tidak utuh, informasi yang kurang lengkap, dan persepsi yang keliru. Oleh karena itu, lebih baik melakukan pembelajaran langsung dengan seorang guru. Jika terjadi kesalahan, dapat diperbaiki secara langsung. Selain itu, belajar agama secara langsung memungkinkan untuk mengetahui siapa dan bagaimana sanad keilmuan ulama atau kyai tersebut, sehingga dapat menghasilkan ilmu yang menenangkan hati bukan menciptakan keragaman pemahaman sehingga saling tuduh karena perbedaan pandangan mengenai agama.<sup>109</sup>

Perkembangan zaman yang menggeser segala aktifitas berubah serba digital ini menjadi tantangan tersendiri bagi para da'I.

---

<sup>107</sup> Ikhwan, "Covid-19, Media Baru Dan Ritual Agama Online." Qawwam : The Leader's Writing, 2022. 67

<sup>108</sup> Andi Arsi and Dan Nilda Miftahul Janna, "Peranan Agama Menghadapi Modernisasi," 2021.1

<sup>109</sup> "Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z: Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z," *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (November 30, 2022): 1–14.



Agama islam sebagai *rahmatan lil alamin*, ajaran dan pedomannya dapat menjadi solusi untuk permasalahan yang ada. Ketersediaan media digital mendorong seseorang untuk terbiasa melakukan segala hal dengan lebih mudah dan efektif. Begitu pula untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan tentang keagamaan, tentunya mereka juga ingin mendapatkannya secara cepat dan instan. Dakwah merupakan hal yang diwajibkan bagi setiap muslim. Di era yang serba digital seperti sekarang ini, dakwah dapat dilakukan kapan pun dan dimanapun. Dakwah bisa dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan metode *bil lisan* (dengan ucapan), *bil qalam* (dengan tulisan), *bil hal* (dengan Tindakan). Ketiga metode tersebut dapat ditayangkan secara virtual melalui media. Sehingga dapat diartikan bahwa *cyber religion* mampu merespon tantangan digital guna memenuhi kebutuhan spiritualitas masyarakat.

## B. Teori Ekonomi Politik Vincent Moscow

Komodifikasi menurut KBBI adalah perubahan fungsi suatu benda, jasa, atau entitas lain yang umumnya tidak dipandang sebagai suatu produk komersial menjadi komoditas.<sup>110</sup> Sedangkan menurut Moscow, komodifikasi adalah proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar.<sup>111</sup> Komodifikasi memiliki dua arti penting, yaitu:

1. Proses dan teknologi komunikasi telah berkontribusi mengubah jaringan ekonomi secara keseluruhan. Seperti adanya internet, yang telah mengubah jaringan bisnis pemasaran, termasuk media.
2. Proses komodifikasi yang bekerja dalam masyarakat secara keseluruhan telah mempenetrasi proses komunikasi dan ekstitusi sehingga perbaikan dan pertentangan dalam komodifikasi sosial telah mempengaruhi komunikasi sebagai praktik sosial. Misalnya seperti konten media yang sering mencerminkan adanya kepentingan kapitalis pemilik media.

Dalam proses komodifikasi dalam media massa, sesuatu diproduksi bukan atas dasar nilai guna, namun lebih kepada nilai tukar. Suatu konten dalam media diproduksi bukan semata-mata karena nilai guna, namun menitikberatkan pada kepentingan khalayak, karena sesuatu itu bisa dipertukarkan di pasaran. Sehingga orientasi produksi konten di media bukan untuk memenuhi kebutuhan objektif masyarakat, tetapi lebih mendorong akumulasi modal.

Adam Smith dan pakar ekonomi politik klasik, membedakan antara nilai guna dan nilai tukar. Produk yang nilainya diperoleh dari

---

<sup>110</sup> "Hasil Pencarian - KBBI Daring," accessed October 9, 2023, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komodifikasi>.

<sup>111</sup> Mosco, "The Political Economy of Communication." (New Delhi: Sage Publication, 2009)



kepuasan atau keinginan individu tertentu yaitu nilai pakai, sedangkan produk yang nilainya didasarkan pada apa yang diperoleh produk tersebut sebagai imbalan yaitu nilai tukar. Komoditas adalah bentuk khusus yang diambil oleh suatu produk ketika produksinya telah melalui proses pertukaran. Sedangkan komodifikasi adalah proses transformasi dari nilai guna menjadi nilai tukar.<sup>112</sup>

Menurut Vincent Moscow, Komodifikasi mengacu pada proses mengubah nilai guna menjadi nilai tukar, mentransformasikan produk yang nilainya ditentukan oleh kemampuannya memenuhi kebutuhan individu dan sosial menjadi produk yang nilainya ditentukan oleh harga pasarnya. Terdapat 3 tipe komodifikasi, yaitu:

- a. Konten: pesan atau isi komunikasi diberlakukan sebagai komoditas dalam produksi media.
- b. Khalayak: audience merupakan komoditi penting untuk media massa dalam mendapatkan iklan dan pemasukan. Media dapat menciptakan khalayak menarik, dan dikirim kepada pengiklan.
- c. Tenaga kerja: komodifikasi pekerja biasanya dilakukan dalam bentuk pemanfaatan tenaga dan pikiran mereka secara optimal.

Aktivitas dakwah di era *cyber religion* seperti saat ini tidak lepas dari media sosial yang berperan sebagai alat atau perantara untuk mempermudah menjangkau objek dakwah. Penggunaan media sosial erat kaitannya dengan aktivitas komodifikasi. Karl Max memandang bahwa pemilik modal memiliki kuasa sepenuhnya atas semua yang diproduksi oleh pekerja dengan mengubah nilai personal menjadi nilai tukar yang menguntungkan. Sehingga sesuatu dianggap tidak bernilai apabila tidak memiliki nilai tukar.<sup>113</sup> Kini komodifikasi dakwah melalui media sosial bukanlah hal yang asing lagi, kerap kali dakwah dieksploitasi untuk mendapatkan keuntungan.

Menurut Dhafid Hesmondhalgh, komodifikasi melibatkan proses transformasi objek maupun jasa menjadi sebuah komoditas. Produksi barang tidak hanya untuk digunakan namun juga dapat ditukar menjadi nilai yang lebih. Komodifikasi mengarah pada pemanfaatan barang atau jasa sehingga kegunaan dan wujudnya yang dengan sengaja diubah sebagai komoditas yang bernilai jual.<sup>114</sup> Singkatnya, komodifikasi dapat dimaknai sebagai proses perubahan bentuk nilai guna

---

<sup>112</sup> Ibid.

<sup>113</sup> Suryawati And Rusadi, "Etnografi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustadz Di Channel Youtube." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 2021. 111

<sup>114</sup> David Hesmondhalgh, "Bourdieu, the Media and Cultural Production," *Media, Culture & Society* 28, no. 2 (March 1, 2006): 211–31, <https://doi.org/10.1177/0163443706061682>.

menjadi nilai tukar.<sup>115</sup> Meski demikian, pengetahuan tentang agama kini sering kali dihidrkan dalam bentuk yang menarik, dan tidak hanya dianggap sebagai komoditas semata. Terutama di kalangan masyarakat yang awam dan sulit memahami konsep agama secara mendalam, kehadiran bentuk-bentuk komoditas tersebut dapat memberikan pemahaman dan gambaran yang lebih sederhana sehingga mudah dipahami oleh masyarakat.

Menurut Rozaki, dalam konteks industri kapitalisme saat ini, pasar muslim mengalami pertumbuhan yang signifikan. Hal tersebut memunculkan adanya hukum pasar *supply side* dan *demand slide*.<sup>116</sup> *Supply side* tidak hanya berperan sebagai penyedia barang atau jasa karena adanya permintaan yang disebabkan kebutuhan, namun juga aktif dalam mengonstruksi imajinasi, rasa, dan selera masyarakat yang pada akhirnya mampu menjadi gaya hidup mereka saat ini. Sementara itu, permintaan (*demand*) dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah kelas menengah Muslim yang semakin meningkat. Hal ini menciptakan kebutuhan akan gaya hidup yang mencakup preferensi, citra, selera, dan keinginan akan kenikmatan lainnya.

Seperti contohnya fenomena dakwah Habib Ja'far dalam podcast @corbuzier. Gaya bicara dan penampilan yang dibawakan oleh habib mampu menghadirkan ribuan hingga jutaan penonton YouTube tersebut. Tidak sedikit dari mereka juga mengikuti beberapa istilah-istilah baru yang diucapkan Habib dalam podcast tersebut, salah satu contohnya yaitu istilah "*log in*".

Vincent Moscow dalam teori politik ekonomi mengungkapkan bahwa komodifikasi dibagi menjadi tiga, yaitu komodifikasi isi, komodifikasi audiens, dan komodifikasi pekerja.<sup>117</sup> Komodifikasi isi berkaitan erat dengan konten media yang dibagikan kepada audiens. Dalam kajian ini yaitu konten dakwah Habib Ja'far dalam *channel* YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor. Kemudian komodifikasi audiens berhubungan dengan *rating* untuk kepentingan iklan yang akan memberikan dukungan Kerjasama dengan akun tersebut. Sedangkan komodifikasi pekerja yaitu komodifikasi yang berhubungan dengan cara bagaimana pekerja dimanfaatkan oleh pemangku kepentingan media.

---

<sup>115</sup> Suryawati and Rusadi, "Etnografi Virtual Komodifikasi Da'wah Ustadz Di *Channel* Youtube." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 2021. 111

<sup>116</sup> Farhan Farhan and Faisul Islamiyah, "Komodifikasi Agama Dan Simbol Keagamaan 'Jilbab' Di Media Online Dalam Persepsi Netizen," *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah* 7, no. 1 (March 24, 2019): 51–69.

<sup>117</sup> Mosco, "The Political Economy of Communication." (New Delhi: Sage Publication, 2009)

Komodifikasi konten membahas tentang politik ekonomi dalam komunikasi, di mana poin utamanya adalah isi dari media yang dirubah dari nilai guna menjadi nilai tukar.<sup>118</sup> Komodifikasi konten media berhubungan dengan isi suatu media yang dapat dipasarkan karena sesuai atau cocok dengan kebutuhan konsumen. Proses komodifikasi melibatkan transformasi pesan, mulai dari bit data ke system pemikiran yang berarti, menjadi produk yang dapat dipasarkan. Sehingga isi media yang berupa tulisan, gambar, symbol, informasi dan sebagainya menjadi suatu hal yang dapat dipasarkan, karena hal-hal itulah yang banyak dicari oleh masyarakat.

Politik ekonomi dan komunikasi terbentuk melalui praktik-praktik pertukaran sosial dan budaya. Definisi komunikasi sebagai proses pertukaran sosial menghasilkan ukuran atau tanda hubungan sosial, yang kemudian menjadi kebiasaan yang terus-menerus dilakukan dan membentuk budaya. Hal ini terjadi melalui berbagai bentuk media, salah satunya media online yang berbasis internet seperti You Tube.<sup>119</sup> Vincent Moscow berpendapat bahwa komodifikasi konten erat kaitannya dengan isi media komunikasi.<sup>120</sup> Isi media yang dimaksud dalam kajian ini yaitu konten dakwah melalui YouTube @corbuzier. Tidak heran jika pada video selanjutnya, akun @corbuzier mengunggah video dengan tema atau tamu baru yang sesuai dengan permintaan penonton yang ditulis melalui kolom komentar di video yang sebelumnya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

---

<sup>118</sup> Subandi and Sadono, "Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)." National Conference of Creative Industry, 2018

<sup>119</sup> Ibid.

<sup>120</sup> Mosco, "The Political Economy of Communication." (New Delhi: Sage Publication, 2009)

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan konstruktivisme dengan jenis penelitian analisis semiotika milik John Fiske. Peneliti memilih analisis tersebut sebab yang menjadi subjek penelitian adalah kanal YouTube yang menyajikan berbagai macam teks dalam proses komunikasi media massa.<sup>121</sup> John Fiske berpendapat bahwa semiotika merupakan ilmu yang membahas tentang bagaimana tanda dan makna dibangun teks media, atau studi tentang bagaimana tanda yang terdapat pada karya dalam masyarakat yang mengkomunikasikan makna. Analisis semiotika John Fiske merupakan proses representasi realitas berbagai objek yang disajikan oleh media melalui proses *encoding* oleh kode-kode sosial. Realitas tersebut digambarkan dalam sebuah media sesuai dengan teknis yang telah direncanakan. Proses representasi menurut John Fiske terbagi menjadi tiga level, yaitu level realitas, representasi, dan ideologi.<sup>122</sup>

#### B. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian merupakan sebuah upaya untuk menetapkan gambaran bentuk pesan yang akan diteliti.<sup>123</sup> Krippendorff berpendapat bahwa unit analisis adalah apa yang diobservasi, dicatat, dan dianggap sebagai data, memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya<sup>124</sup>.

Menurut Morissan, unit analisis adalah semua elemen yang diteliti guna mendapatkan penjelasan secara ringkas mengenai keseluruhan unit yang dianalisis. Terdapat tiga hal yang menjadi fokus dalam unit analisis yaitu unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks.<sup>125</sup> Unit sampel yaitu objek yang akan diteliti, unit pencatatan yaitu bagian atau aspek dari isi yang menjadi dasar pencatatan dan analisis, kemudian unit konteks, yaitu konteks yang diberikan oleh peneliti untuk memahami dan memberikan arti

---

<sup>121</sup> Fandi Prasetya, Sandra Sukma Embuningtiyas, and Dicky Andriyanto, "Youtube Sebagai Media Pembelajaran Di Indonesia," *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)* 5, no. 2 (November 30, 2022): 192–202, <https://doi.org/10.37792/jukanti.v5i2.600>.

<sup>122</sup> John Fiske, *Television Culture* (Routledge, 2010).

<sup>123</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media* (Surabaya: Revka Prima Media, 2021).

<sup>124</sup> Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, edisi ke-2 (Thousand Oaks: Sage Publication, 2006). 97

<sup>125</sup> Morissan, Wardhani, and Hamid, *Teori Komunikasi Massa*.

pada hasil pencatatan.<sup>126</sup> Kategori tersebut dipilih sebab berdasarkan pengertiannya dianggap paling tepat untuk digunakan dalam analisis isi serta dapat menghindarkan subyektivitas penelitian dalam memaknai pesan yang akan diteliti, dalam penelitian ini yakni isi pesan komodifikasi pada kanal YouTube @corbuzier episode #LogInDiCloseTheDoor, meliputi video yang ditampilkan, teks yang tertulis (*caption, hashtag, judul, komentar*), dan jumlah *views*. Selanjutnya, Unit konteks pada penelitian ini termasuk dalam konteks agama, sosial, dan ekonomi. Pada penelitian ini, peneliti fokus pada episode 21-22 #LogInDiCloseTheDoor. Dalam 2 video tersebut terdapat dialog, tagline iklan, background, teknik pengambilan gambar (*angle*), serta komposisi gambar atau video yang ditayangkan.

### C. Tahapan Penelitian

Adapun tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan peneliti meliputi sebagai berikut:

- 1) Tahap pendahuluan atau persiapan. Pada tahap ini penelitian mulai mengumpulkan sebuah teori dan data yang diperoleh dari buku-buku artikel, jurnal, karya ilmiah dan sebagainya yang berkaitan dengan komodifikasi agama, pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah, dan fenomena *cyber religion*. Pada tahap ini juga dilakukan dengan penyempurnaan penyusunan proposal yang disetujui dan diterima.
- 2) Tahap pelaksanaan Didalam tahap ini penelitian mulai mengumpulkan data data yang berkaitan dengan komodifikasi konten dakwah dalam YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor dengan cara, observasi, dokumentasi dan wawancara.
- 3) Tahap analisis data. Tahap ini peneliti menyusun semua data yang sudah diperoleh atau dikumpulkan secara sistematis dan terperinci sehingga data tersebut bisa dengan mudah dipahami dan bisa di informasikan dengan jelas yang berkaitan dengan komodifikasi konten dakwah dalam YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor. , pengecekan keabsahan data dan analisis data dilakukan juga di tahap ini.
- 4) Tahap pelaporan Tahap ini merupakan tahap akhir yakni menyusun laporan penelitian sebagai akhir dari hasil laporan penelitian ini ialah upaya terwujudnya hasil laporan penelitian dalam bentuk laporan tesis yang telah disusun secara sistematis dan terstruktur tesis

### D. Data dan Sumber Data

#### 1.) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh peneliti dengan mengamati, melihat, membaca, dan mendengar video konten YouTube #LogInDiCloseTheDoor. Data primer dalam penelitian teks media

---

<sup>126</sup> Nurdin, *Penelitian Teks Media*.(Surabaya: Revka Prima Media, 2021). 349



adalah kata, kalimat, foto, scene (potongan adegan), paragraph, dan lainnya yang berbasis dokumentasi teks media.<sup>127</sup> Adapun sumber data primer dalam penelitian ini yaitu video konten dakwah yang ditayangkan di kanal YouTube #LoginDiCloseTheDoor episode 21-22 dalam *channel* @corbuzier beserta transkripnya.

## 2.) Data Sekunder

Sementara data sekunder merupakan data pendukung yang berasal diluar objek penelitian.<sup>128</sup> Adapun data sekunder dalam penelitian ini diantaranya yaitu hasil wawancara kepada *views* video konten Login. Kemudian sebagai penunjang, data diperoleh dari buku, website, portal berita online, jurnal, tesis, dan disertasi yang berkaitan dengan komodifikasi agama, YouTube sebagai media dakwah, dan fenomena *cyber religion*.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu pengamatan langsung terhadap tayangan konten dakwah dalam YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang tersedia. sedangkan menurut Sugiyono, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Bahkan kredibilitas hasil penelitian kualitatif akan semakin tinggi jika melibatkan studi dokumen.<sup>129</sup> Pada penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan melakukan penelusuran di laman YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor.

### 3. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu cara yang digunakan untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian Adapun wawancara dalam penelitian merupakan sebagai data pendukung. Wawancara akan dilakukan kepada beberapa orang penonton YuTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor.

## F. Teknik Analisis Data

Bentuk komodifikasi dalam komunikasi media tidak selalu diperjelas. Simbol, bahasa, ekspresi, dan tanda-tanda lainnya sering kali

---

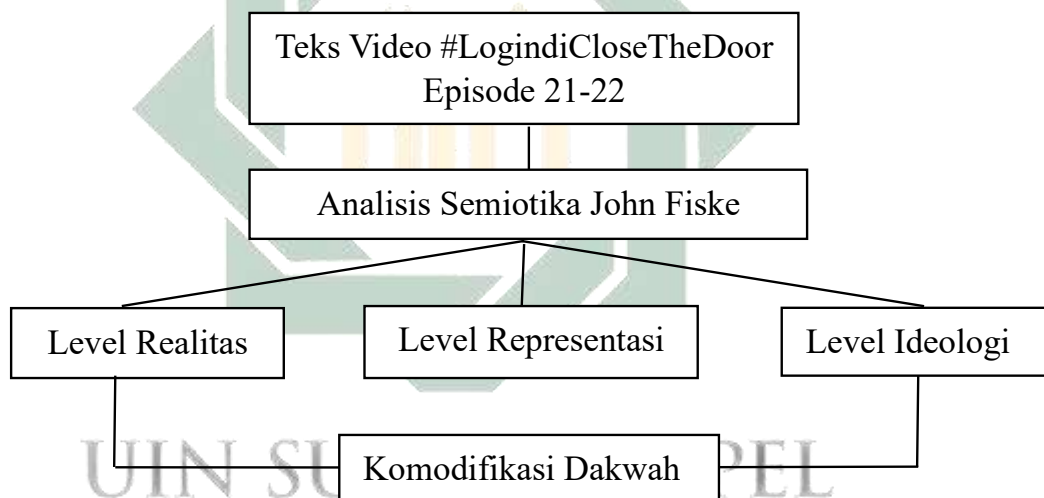
<sup>127</sup> R Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016).

<sup>128</sup> Ibid.

<sup>129</sup> "Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif Repository of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang," accessed June 12, 2023, <http://repository.uin-malang.ac.id/1984/>.

memiliki makna yang lebih dalam. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan metode analisis teks media dengan semiotika untuk mengungkap sifat tanda.<sup>130</sup> Menurut Saussure, penegasan dan perspektif seseorang tentang kebenaran dibangun oleh kata-kata dan tanda-tanda yang muncul di lingkungan sosial.<sup>131</sup> Analisis semiotika John Fiske merupakan proses representasi realitas berbagai objek yang disajikan oleh media melalui proses *encoding* oleh kode-kode sosial. Realitas tersebut digambarkan dalam sebuah media sesuai dengan teknis yang telah direncanakan. Proses representasi menurut John Fiske terbagi menjadi tiga level yaitu level realitas, representasi, dan ideologi.<sup>132</sup>

- a. Level Realitas, meliputi aspek penampilan, cara berbicara, perilaku, dan ekspresi yang ditampilkan dalam YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor.
- b. Level representasi yaitu kode teknis meliputi cara mengambil gambar/sudut pandang kamera, pencahayaan, editing, sound, dan *setting*.
- c. Level ideologi, kode sosial yang termasuk di dalamnya adalah individualism, ras, kelas, materialism, kapitalisme, dan lain-lain.



Bagan 1.1. Analisis Data

Temuan data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis semiotika John Fiske. Tanda yang muncul dalam iklan (unit analisis) berupa dialog, tagline, judul, *scene*, deskripsi, sudut pengambilan gambar (tata letak

<sup>130</sup> Angga Nur Rohman, Dicky Nur Rahman, and Luluk Fikri Zuhriyah, "Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @angger\_sy Analisis: Semiotika John Fiske," *Journal of Islamic Communication Studies* 1, no. 1 (January 20, 2023): 80–98, <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.1.80-98>.

<sup>131</sup> Asnat Riwu and Tri Pujiati, "Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara," *Deiksis* 10, no. 03 (December 17, 2018): 212–23, <https://doi.org/10.30998/deiksis.v10i03.2809>.

<sup>132</sup> Fiske, *Television Culture*. (New Delhi: Routledge, 2010). 421

kamera), setting, penampilan tokoh meliputi ekspresi, perilaku, gaya bahasa, dan kostum yang digunakan serta ideologi yang melatarbelakangi adanya video tersebut. Pertama, peneliti akan menganalisis dengan level realitas, berupa teks video yang dapat dimaknai secara langsung, seperti penampilan, kostum, perilaku, gaya bicara, ekspresi, dan teks. Selanjutnya, pada level representasi terdapat permainan pesan yang menghandirkan kembali makna dari tanda yang ditampilkan atau bukan realitas kehidupan. Melalui tata letak kaera, dialog, dan *setting*. Kemudian level ideologi merupakan level yang paling akhir pada analisis ini. Analisis pada level ini terorganisir dalam penerimaan hubungan sosial oleh kode ideologi, seperti individualis, nasionalis, ras, materialism, dan sebagainya.

Analisi data tersebut ditunjang dengan adanya wawancara dengan informan yang menjadi *views* pada konten tersbut. Hal ini dilakukan untuk dapat mengetahui bagaimana impilakasi komodifikasi konten dakwah yang terdapat dalam video Login terhadap pemahaman penontonnya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Deskripsi Unit Analisis

##### 1. Profil *Channel* YouTube @corbuzier



Gambar 4.1. Tampilan Profil *Channel* YouTube @corbuzier  
Sumber: <https://www.youtube.com/@corbuzier>

Akun @corbuzier merupakan *channel* YouTube milik Deddy Corbuzier, seorang aktor dan presenter ternama di Indonesia. Ketertarikannya di bidang *content creator* bermula dari kegelisahannya melihat banyak tontonan yang tidak berfaedah di dunia maya. Akhirnya ia memutuskan untuk mempelajari cara kerja YouTube secara otodidak, hingga akhirnya saat ini memiliki kru untuk mengelola *channel*nya tersebut.<sup>133</sup> Akun tersebut telah mengunggah 1.451 video dan telah ditonton sebanyak 5.274.026.637 kali serta memiliki 21,2 juta pengikut per 19 November 2023. Akun milik Deddy Corbuzier tersebut bergabung dengan platform YouTube sejak 8 Desember 2009. Akun YouTube yang disubscribe oleh @corbuzier ada 2 *channel*, yaitu akun Azka Corbuzier dan Close the Door Clips. Berikut beberapa episode *playlist* video yang telah diupload oleh Deddy Corbuzier per 19 November 2023 diantaranya yaitu Log in 30 video, Close The Door 1.557 video, Listen to Me 5 video, Ormas 30 video, Praz -Teguh Podcast 26 video, Podhub 9 video, Kursi Panas 3 video, Millennial Power 4 video, Body Science 11 video, Deeper With Deddy 9 video, Magic 2 video, Vlog 67 video, Kolaborasi 7 video, Anything in a Minute 8 video, Me Against The World 124 video, Motive For Your Motivation 125 video, Tactical Basic Combat (TBC) 16 video, Triangle 14 video. Konten pertama yang diunggah pada 22 Juli 2011 berjudul “Dream for My Son Cosplay DEDDY CORBUZIER KAMEN

---

<sup>133</sup> 17220046 Fashara Zahra Diandra, “Pesan Dakwah dalam Perspektif Semiotika (Studi pada Video ‘Syekh Ali Jaber, Saya Pasrah: Deddy Corbuzier Podcast’),” 2021, <http://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/1323>.

RIDER” dan telah ditonton sebanyak 600 ribu lebih. Kemudian shorts video dalam akun tersebut berjumlah 17 video dan 2 video live dengan judul Live Azka Corbuzier vs Vicky Prasetyo Boxing dan Dewa Kipas vs GM Irene Sukandar. Sedangkan video podcast dalam akunnya terdapat 3 podcast yaitu Close The Door (Podcast Deddy Corbuzier) dengan 1.095 video, Close The Door Podcast dengan 101 video, dan Close The Door Selection dengan 361 video.<sup>134</sup>

Saat ini, konten Deddy Corbuzier yang populer yaitu podcast Close The Door. Podcast tersebut berisi tentang sharing dengan berbagai kalangan narasumber yang diundangnya. Pada konten tersebut, kerap kali Deddy mengundang narasumber dari kalangan artis maupun tokoh 41amper ternama, seperti Nia Ramdhani, Deny Cagur, Rossa, Vidi Aldiano, Mahfud MD, hingga Ma’ruf Amin pernah menjadi narasumber di podcast Close the Door. Podcast Close The Door dibuat pada 19 Juli 2019. Podcast Deddy Corbuzier seakan seperti solusi yang instan bagi berbagai pihak sebagai ruang untuk klarifikasi atau menjelaskan pangkal suatu permasalahan atau kasus guna membersihkan Namanya dari berbagai tuduhan-tuduhan yang telah berkembang di masyarakat dan menjadi konsumsi netizen Indonesia.<sup>135</sup> Kemudian pada *channel* YouTubanya tersebut, Deddy Corbuzier juga memiliki tagar/hastag khusus untuk mengkampanyekan podcast viralnya itu, #CLOSETHEDOOR. Podcastnya berisi tentang isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan oleh masyarakat atau membahas sebuah kisah inspiratif tokoh.

## 2. Podcast Close The Door Episode #LogIndiCloseTheDoor

Podcast episode #LogIndiCloseTheDoor merupakan salah satu podcast dalam akun YouTube @corbuzier. Sebelumnya, konten video di akun tersebut sering membahas isu-isu kontroversial. Pada bulan Ramadhan 1444H/2023M, akun tersebut menayangkan episode baru dengan judul #LogIndiCloseTheDoor. Istilah *Log In* merupakan kata yang familiar di telinga masyarakat belakangan ini. Istilah ini sudah viral di Indonesia dan di berbagai platform media sosial.

Secara umum, ‘*login*’ adalah istilah yang digunakan dalam teknologi informasi untuk mengakses suatu sistem atau layanan online dengan memasukkan kombinasi nama pengguna dan kata sandi yang valid.<sup>136</sup> Namun belakangan ini istilah login sering diartikan dengan

---

<sup>134</sup> “Deddy Corbuzier - YouTube.” Diakses pada 10 November 2023 pukul 02.25 WIB.

<sup>135</sup> Fashara Zahra Diandra, “Pesan Dakwah dalam Perspektif Semiotika (Studi pada Video “Syekh Ali Jaber, Saya Pasrah.” Institut Ilmu Al Quran (IIQ) Jakarta, 2021.

<sup>136</sup> Alfat Yanuar Fitriyansyah and M. Hazri, “Analisis Security Web Login Mahasiswa Menggunakan Algoritma Two-Factor Time-Based One Time Password,” *SAINSTECH: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Sains Dan Teknologi* 30, no. 1 (August 20, 2020), <https://doi.org/10.37277/stch.v30i1.725>.



proses *login* suatu agama. Fenomena ini menjadikan kata *login* mempunyai arti yang lebih luas dan melampaui dunia teknologi informasi. Dalam konteks ini, *login* berarti proses memasuki suatu agama. Keterkaitan antara konsep *login* suatu sistem atau platform dengan *login* suatu agama, dimana keduanya memerlukan proses *login* atau bergabung. Meski arti baru dari kata '*login*' ini belum tercatat secara resmi dalam kamus resmi bahasa Indonesia, namun penggunaan kata ini dalam konteks agama dapat diterima dan dipahami oleh sebagian besar masyarakat. Masuk ke dalam agama tidak hanya berarti mengikuti ritual atau praktik keagamaan tertentu, tetapi juga melibatkan perasaan keyakinan yang mendalam bahwa keyakinan seseorang adalah benar. *Login* keagamaan dapat terjadi karena berbagai alasan, seperti pencarian makna hidup, dorongan spiritual, keinginan untuk berkomunikasi dengan orang-orang yang memiliki keyakinan yang sama, atau pengalaman yang mengubah hidup. Kesimpulannya, *login* artinya masuk agama lain.

Masuk ke suatu agama bukanlah perkara mudah. Ini melibatkan perubahan dalam pandangan dunia dan keyakinan seseorang, serta pengalaman pribadi yang mendalam. Namun, bagi banyak orang, masuk ke dalam suatu agama dapat menjadi sumber kebahagiaan dan hubungan baik dengan orang lain, terutama jika mereka sama-sama mencari dan mendalami ilmu agama secara luas.<sup>137</sup> Dari istilah *login* yang viral tersebut, kemudian muncul konten podcast dengan judul *Log In di Close the Door* milik Deddy Corbuzier. Berbeda dengan podcast sebelumnya, episode ini membahas tentang toleransi agama yang disampaikan oleh Habib Ja'far, seorang dai milenial yang aktif berdakwah di media sosial.

Gambar 4.1. Pendakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar



Sumber: [https://www.instagram.com/husein\\_hadar/](https://www.instagram.com/husein_hadar/)

Pendakwah sekaligus penulis ini memiliki nama lengkap Habib Husein Ja'far Al Hadar. Pria berdarah Madura yang juga memiliki garis keturunan dengan Nabi Muhammad ini lahir pada 21 Juni 1988 di

---

<sup>137</sup> Ek, "Istilah LOGIN Menjadi Viral," *noriekata.com* (blog), April 2, 2023, <http://noriekata.com/istilah-login-menjadi-viral/>.

Bondowoso. Ja'far merupakan nama ayahnya, dan Al Hadar adalah nama marganya. Beliau mengawali karirnya di dunia literasi atau kepenulisan di media nasional seperti Kompas<sup>138</sup>, Tempo<sup>139</sup>, dan Jawa Pos<sup>140</sup>. Beliau menempuh Pendidikan di YAPI Bangil, dan UIN Syarif Hidayataullah Jakarta sebagai lulusan Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir.<sup>141</sup> Sejak kuliah. Ia juga memiliki kanal YouTube yang diberi nama "Jeda Nulis"<sup>142</sup> dan akun Instagram @husein\_hadar.<sup>143</sup> Menurutnya, media tersebut dapat menjadi perantaranya untuk berdakwah, terutama di era milenial seperti saat ini.

Habib Ja'far telah menulis beberapa buku, diantaranya "Menyegerakan Islam Kita"<sup>144</sup>, "Anakku Dibunuh Israel"<sup>145</sup>, dan Tuhan Ada di Hatimu.<sup>146</sup> Beliau juga mengisi beberapa acara televisi, yaitu Hikmah Podcast (RTV, 2021), Kapsul Ramadhan (SEA Today, 2021), Sahur lebih Segerr (Trans , 2022), Tonigjt Show Ramadhan (NET, 2022-2023), dan Ruang Ngaji (Metro TV, 2023).

---

<sup>138</sup> Husein Ja'far Al Hadar, "Islam Dan Kesalehan," *Kompas*, February 24, 2017, <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/24/15563371/islam.dan.%20Kesalehan?page=all>.

<sup>139</sup> Husein Ja'far Al Hadar, "Terima Kasih, Selandia Baru," *Tempo*, March 7, 2019, <https://kolom.tempo.co/read/1189520/terima-kasih-selandia-baru>.

<sup>140</sup> Husein Ja'far Al Hadar, "Jihad Kebangsaan," *Jawa Pos*, March 31, 2009, <https://www.jawapos.com/opini/31/03/2019/jihad-kebangsaan/>.

<sup>141</sup> *Salinan Arsip*, n.d., [https://pddikti.kemdikbud.go.id/data\\_mahasiswa/RkFFNDhEM0QtMkE0MC00ODIGLUJFMEUtQTKyQTZCMDg4Nkl0](https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_mahasiswa/RkFFNDhEM0QtMkE0MC00ODIGLUJFMEUtQTKyQTZCMDg4Nkl0).

<sup>142</sup> "Jeda Nulis - YouTube," accessed December 27, 2023, <https://www.youtube.com/>.

<sup>143</sup> "Husein Ja'far Al Hadar (@husein\_hadar) • Foto dan video Instagram," accessed December 27, 2023, [https://www.instagram.com/husein\\_hadar/](https://www.instagram.com/husein_hadar/).

<sup>144</sup> Husein Ja'far Al Hadar, *Menyegarkan Islam Kita* (PT Elex Media Komputindo, 2015), <https://books.google.co.id/books?id=Sk5JDWAAQBAJ&pg=PR10&lpg=PR10&dq=husein%27far%20al%20hadar%20yapi>

Bangil&source=bl&ots=24RDXwiLKe&sig=ACfU3U2lIFfxhMqUWfRpVuBAKWlZGPZtIA&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj07d6l4b3wAhUJcCsKHdhKDe0Q6AEwFnoECCIQAg#v=onepage&q=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&f=false.

<sup>145</sup> Husein Ja'far Al Hadar, *Anakku Dibunuh Israel: Legenda Imad Mugniyah, "Che Guevara" Timur Tengah* (Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika), 2008),

<https://books.google.co.id/books?id=nBSkEJ00ONMC&pg=PT1&lpg=PT1&dq=husein%27far%20al%20hadar%20yapi>

Bangil&source=bl&ots=y\_mi\_ukXv1&sig=ACfU3U065EAQTE9DjAvpLxuH1afO6e76Jg&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj07d6l4b3wAhUJcCsKHdhKDe0Q6AEwFXoECCEQAg#v=onepage&q=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&f=false.

<sup>146</sup> Rendy Aprizal, "Top 10 Buku Best Seller Di MOM Literacy Expo," *Mizan*, n.d., <https://www.mizan.com/top-10-buku-best-seller-di-mom-literacy-expo/>.

Dalam podcast #LogIndiCloseTheDoor terjadi dialog santai antara Habib Ja'far dan Onadio Leonardo. Onadio Leonardo atau kerap disapa sebagai Onad merupakan musisi sekaligus presenter yang beragama katolik, Onad sebagai *host* aktif bertanya tentang agama islam sesuai dengan tema, kemudian Habib Ja'far menjawab dan memberikan penjelasan secara lugas dengan pedoman Al-Qur'an dan Hadis. Namun tidak jarang juga Onad memberikan pandangannya sesuai dengan apa yang diketahui dan diyakininya tentang permasalahan yang dibahas. Perbedaan pandangan yang muncul menunjukkan adanya hubungan yang toleran.

Meski berjudul "Login", pada dasarnya konten #LogIndiCloseTheDoor tidak bertujuan untuk mengislamisasi penontonnya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Habib Ja'far dalam konten Login episode 21 yang diunggah pada Rabu 12 April 2023. Habib Ja'far mengatakan, konten Login bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang kerennya perbedaan agama, tanpa harus saling mengkritik dan mengatakan hal-hal buruk tentang agama yang tidak dianutnya. Ungkapan tersebut dipertegas dengan kalimat, "*non-Muslim belajar tentang Islam, kemudian umat Islam juga belajar tentang Islam agar keimanannya semakin kuat,*" kata Habib Ja'far ketika diberi kesempatan oleh Onad untuk mengungkapkan bahwa konten Login memberikan manfaat baginya atau tidak<sup>147</sup>. Selain itu, melalui konten Log In diharapkan Islam benar-benar dapat menjadi agama yang *rahmatan lil alamin*, agama yang memberikan kecintaannya dan kesempurnaannya dapat dirasakan oleh siapapun termasuk non-Muslim. Karena pada dasarnya semua agama mengajarkan hal-hal yang baik.<sup>148</sup>

Program #LogIndiCloseTheDoor tayang secara eksklusif selama bulan Ramadhan pada pukul 20.20 WIB sebanyak 30 episode. Podcast episode ini dimoderatori oleh Leonardo Arya, atau yang kerap disapa Onad. Onad adalah merupakan pemuda Katolik yang awalnya seorang musisi band dan sekarang aktif sebagai komedian.<sup>149</sup> Beberapa bulan terakhir ini, tak jarang Onad disandingkan dengan Habib Ja'far dalam satu *frame* membahas tentang agama islam. Hingga Onadio Leonardo

---

<sup>147</sup> Boris Bergamis Bikin Histeris / #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 21, 2023, <https://www.youtube.com/watch?v=79cCPNcrvdl>.

<sup>148</sup> Ibid

<sup>149</sup> Jannatun Nikmah, "Siapa Onad? Ini Profil, Biodata, Agama, Umur, Pekerjaan, Hingga Isu Istri Hamil Duluan Dan Nikah Beda Agama - Mengerti," accessed December 11, 2023, <https://www.mengerti.id/sosok/pr-6646718764/siapa-onad-ini-profil-biodata-agama-umur-pekerjaan-hingga-isu-istri-hamil-duluan-dan-nikah-beda-agama>.

sempat mengaku bahwa dirinya hampir muallaf setelah berbincang-bincang dengan Habib Ja'far.<sup>150</sup>

Perbedaan keyakinan antara tokoh dalam podcast tersebut merupakan representasi dari keberagaman dan toleransi. Diketahui, Indonesia memiliki beragam agama dan keyakinan, enam diantaranya diakui secara resmi yaitu Islam, Hindu, Budha, Katolik, dan Konghuchu. Program #LogIndiCloseTheDoor berhasil mendatangkan enam tokoh agama tersebut.

Pertama yaitu Habib Ja'far yang merupakan narasumber yang selalu ada di setiap episode. Beliau adalah seorang dai milenial yang aktif melakukan dakwah di media sosial. Beliau dikenal sebagai pribadi yang baik hati dengan gaya dakwah toleran, lugas, dan penuh cinta kasih.<sup>151</sup> Kedua adalah Pendeta Yerry Pattinasarany, seorang pendeta Kristen yang dikenal dengan kasihnya. Seperti Habib Ja'far, ia juga aktif mendakwahkan keyakinannya di media sosial seperti YouTube. Salah satunya dalam segmen "Domba Tersesat" bersama comedian Coki Pardede.<sup>152</sup> Pada podcast #Login, Pendeta Yerry hadir di episode 13 dan 27.<sup>153</sup> Ketiga adalah Bante Dhira Phunno, merupakan tokoh Budha dari Theravada Buddhis Center yang memiliki kepedulian terhadap kegiatan lintas agama dan kemanusiaan. Pada podcast #LogIndiaCloseTheDoor ia hadir pada episode 15.<sup>154</sup> Keempat adalah Boris Thompson Manulang atau yang kerap disapa Boris Bokir. Boris dikenal sebagai stand up comedian keturunan Batak dengan agama Kristen. Boris hadir dua kali pada episode 21 dan 24.<sup>155</sup> Selanjutnya yaitu Ronny Imanuel atau Mongol, seorang comedian asal Manado yang sempat menganut

---

<sup>150</sup> Ratih Nugraini, "Pengakuan Onadio Leonardo Hampir Muallaf Karena Habib Jafar: Gak Mau Ketemu Dia Lagi, Gue Takut Masuk Islam - Hops ID," accessed April 2, 2023, <https://www.hops.id/hot/2947655892/pengakuan-onadio-leonardo-hampir-muallaf-karena-habib-jafar-gak-mau-ketemu-dia-lagi-gue-takut-masuk-islam>.

<sup>151</sup> Soraya Soraya and Mualimin Mualimin, "Tolerance Discourse In Interfaith Dialogue In Habib Husein Ja'far Al Hadar's Youtube Channel," *Syams: Jurnal Kajian Keislaman* 3, no. 2 (2022): 160–81, <https://doi.org/10.23971/js.v3i2.5862>.

<sup>152</sup> Nahria Sakinatul Jannah, "Pendeta Yerry Pattinasarany Gereja Mana? Cek Profil dan Biodatanya Lengkap Istri, Anak, Orang Tua - Jatim Network," Pendeta Yerry Pattinasarany Gereja Mana? Cek Profil dan Biodatanya Lengkap Istri, Anak, Orang Tua - Jatim Network, September 28, 2022, <https://www.jatimnetwork.com/hiburan/pr-434944874/pendeta-yerry-pattinasarany-gereja-mana-cek-profil-dan-biodatanya-lengkap-istri-anak-orang-tua>.

<sup>153</sup> *tiga Agama Duduk Bareng, Adu Debat ?! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 13, 2023*, <https://www.youtube.com/watch?v=V1dO-RN-K3o>.

<sup>154</sup> *Bhante Buddha Buat Habib Resah ! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 15, 2023*, <https://www.youtube.com/watch?v=wM2eAKusNaU>.

<sup>155</sup> *BORIS BERGAMIS BIKIN HISTERIS ! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 21*.



keyakinan pemujaan setan. Pada episode 22 Mongol hadir dan mengungkapkan bahwa dirinya kini meyakini agama Kristen Protestan.<sup>156</sup> Selanjutnya adalah Romo Reinaldo Antoni, pendeta Katolik yang diundang pada episode 26.<sup>157</sup> Selanjutnya Bli Arya Kamandanu, pemuka agama Hindu yang berasal dari Bari yang hadir pada episode 28.<sup>158</sup> Dan yang terakhir yaitu Causeng Aldi Destian dari agama Konghucu yang hadir pada episode 29.<sup>159</sup>

Penyampaian dakwah oleh Habib Ja'far dalam konten #LogIndiCloseTheDoor merupakan bentuk upaya untuk mengajak dan menyeru penontonnya untuk mempelajari Agama Islam lebih dalam lagi yang selaras sesuai dengan syari'at. Dalam penyampaian dakwah ini, Habib Ja'far menggunakan teknik dialog. Metode dialog atau dalam bahasa Arab disebut *hiwar* merupakan suatu pembicaraan silih berganti antara dua orang atau lebih melalui tanya jawab dengan kesatuan topik dan tujuan pembicaraan yang selaras. Sebagaimana yang diungkapkan Dr. Mani bin Abd Al-Aziz, bahwa metode *hiwar* disebut juga dengan metode tanya jawab.<sup>160</sup> Dalam metode ini terkadang mencapai pada suatu kesimpulan, mungkin juga salah satu pihak merasa tidak puas dengan pernyataan lawan bicaranya, namun keduanya dapat menerima pelajaran dari dialog tersebut.<sup>161</sup> Dalam YouTube tersebut, Habib Ja'far dominan menggunakan bahasa sehari-hari dan beberapa kali mengkombinasikan dengan bahasa asing, seperti Arab dan Inggris. Nada bahasa yang digunakan juga tergolong nada yang sopan dan santun, namun sesekali juga menggunakan nada tinggi untuk menyelipkan humor.<sup>162</sup>

Dari 30 tayangan episode LogIndiCloseTheDoor, peneliti menganalisis dua episode, yaitu episode 21 yang berjudul "Boris Bergamis Bikin Histeris!" dan episode 22 yang berjudul "Agama Banyak Larangan, Mending Ikut S3t4n??". Kedua episode tersebut memiliki jumlah penonton terbanyak, dari pada episode yang lain. Episode 21

---

<sup>156</sup> *Agama Banyak Larangan, Mending Ikut S3t4n?? #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 22, 2023*, <https://www.youtube.com/watch?v=Grg9Ot5Fo80>.

<sup>157</sup> *Romo Datang, Onad Pun Menang! Yakin?! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 26, 2023*, <https://www.youtube.com/watch?v=9EtDR6R4ZDg>.

<sup>158</sup> *Kali Ini Hindu Turun Tangan! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 28, 2023*, <https://www.youtube.com/watch?v=pNhfgO4PUdM>.

<sup>159</sup> *Kenalan Sama Agama Yang Followersnya Paling Sedikit! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 29, 2023*, <https://www.youtube.com/watch?v=5vemVjbTKck>.

<sup>160</sup> Al Mani Mani bin Abd Aziz, *Mudzakarah Al-Daurath al-Tarbawiyah al-Qashirah* (Indonesia: Ma'had al-ulum al-Islamiyyah wa al- Arabiyyah fi Indonesia, 1912H).

<sup>161</sup> Abdurrahman An Nahlawi, *Prinsip-Prinsip Dan Metode Pendidikan Islam*. (Bandung: CV. Diponegoro, 1989).

<sup>162</sup> Maryamah, "Gaya Bahasa Dakwah Habibi Ja'far Dalam Tayangan YouTube #LogIndiCloseTheDoor," *Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri*, 2023.



memiliki 11.515.448 penonton dan episode 22 memiliki 14.457.440 penonton per 13 Desember 2023.

## B. Penyajian Data

### 1. Konten Dakwah dalam YouTube #LogInDiCloseTheDoor sebagai Komoditas di Era *Cyber religion*

Dakwah merupakan suatu kewajiban untuk mengajak untuk melakukan kebaikan kepada orang lain, sebagaimana yang diperintahkan Allah kepada Rasul dan umatnya.<sup>163</sup> Allah memberikan pedoman untuk mengajak orang lain ke jalan Allah yaitu syari'at islam dengan cara yang baik, Seperti yang telah tertulis dalam Surat An-Nahl 125

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

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik.”<sup>164</sup>

Seruan dalam ayat tersebut merupakan perintah Allah untuk menyeru manusia pada jalan Allah dengan hikmah. Dakwah dengan hikmah berarti dakwah dengan ilmu pengetahuan yang berkenaan dengan rahasia dan faedah segala sesuatu yang diyakini keberadaannya.<sup>165</sup> Allah juga menegaskan dalam Surat Ali Imran ayat 104 memerintahkan Rasul dan manusia untuk menyeru manusia lainnya kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Hendaklah di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang munkar. Mereka itulah orang-orang yang beruntung.”<sup>166</sup>

Pada prinsipnya, dakwah merupakan proses komunikasi sebagai upaya untuk mengembangkan ajaran islam, dengan cara mengajak orang lain untuk memahami islam dengan utuh.<sup>167</sup> aktivitas dakwah dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media

<sup>163</sup> Kustadi Suhandang, “Ilmu Dakwah : Perspektif Komunikasi”, (UPT Perpustakaan IAIN Palangka Raya, 2013) accessed December 14, 2023, [http://senayan.iain-palangka Raya.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=9423&keywords=.. 10](http://senayan.iain-palangka Raya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=9423&keywords=.. 10)

<sup>164</sup> QS. An-Nahl: 125, n.d.

<sup>165</sup> “Al-Quran Online An-Nahl Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online,” nu.or.id, accessed December 28, 2023, <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>.

<sup>166</sup> QS. Ali Imran: 104, n.d

<sup>167</sup> Kustadi Suhandang , "Ilmu Dakwah : Perspektif Komunikasi" (UPT Perpustakaan IAIN Palangka Raya, 2013) 24

guna menyampaikan pesan-pesan agama kepada orang lain agar dapat diterima dengan baik, sehingga mereka menjalankannya dalam kehidupan individual maupun bermasyarakat dan tercapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Era *cyber religion* seperti sekarang ini perkembangan teknologi menciptakan inovasi baru bagi dai untuk menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u* dengan berbagai media baru. Berbagai konten di media sosial menawarkan solusi terkait masalah keagamaan, memberikan variasi baru dalam pembahasan agama, dan menciptakan cara belajar yang tidak formal sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Diskusi dan tanya jawab mengenai agama kini tak lagi terbatas pada ruang publik; semuanya dapat dilakukan online dengan kebebasan memilih materi dan narasumber berdasarkan informasi yang dibutuhkan.<sup>168</sup> Contohnya ketika ingin mengetahui ayat yang menjelaskan terkait puasa. Tidak perlu untuk membuka mushaf, secara cepat dan praktis kita hanya perlu mengetik apa yang ingin kita cari pada aplikasi Al-Qur'an atau mesin pencari seperti Google, lalu muncullah ayat yang menerangkan tentang puasa. Konten-konten yang berwawasan Islam di platform media sosial tidak hanya dibagikan oleh ulama dan ustadz, tetapi juga oleh orang awam yang bukan ulama. Tujuan mereka adalah menyampaikan pesan-pesan dalam Islam dengan cara yang menarik, menggunakan kreativitas dalam bentuk konten dakwah,<sup>169</sup> Salah satunya yaitu melalui konten podcast, seperti yang dilakukan oleh Deddy Corbuzier. Melalui kanal YouTubenya Deddy menayangkan konten dakwah melalui video podcast dalam episode #LogInCloseTheDoor.

Melalui beberapa tayangan video dalam *channel* YouTube @corbuzier episode #LogIndiCloseTheDoor, *views* sebagai *mad'u* dapat dengan mudah menerima pesan dakwah kapanpun dan dimanapun. Dengan hadirnya episode tersebut, dapat mempermudah masyarakat untuk memperdalam wawasan agama islam. Pesan dakwah tidak hanya bisa didapat dari membaca teks atau mendengarkan suara saja. Melalui media sosial YouTube, *views* dapat melihat bagaimana seorang Habib Ja'far menyampaikan pesan secara lugas dan sederhana beserta ekspresi, mimik wajah, dan bahasa tubuhnya. Dalam penelitian ini berfokus pada episode 21 dan 22 sebagai unit analisis.

Tabel 4.1. Identifikasi konten video Login episode 21-22

---

<sup>168</sup> Suci Ramadhanti Febriani and Ayu Desrani, "PEMETAAN TREN BELAJAR AGAMA MELALUI MEDIA SOSIAL," *Jurnal Perspektif* 14, no. 2 (July 26, 2021): 339–56, <https://doi.org/10.53746/perspektif.v14i2.49>.

<sup>169</sup> Trisakti, "Cyber-Da'wah." 258

No	Identifikasi konten video	Episode 21	Episode 22
1.	Judul	Boris Bergamis Bikin Histeris! #LogIndiCloseTheDoor – Eps 21	Agama Banyak Larangan, Mending Ikut S3t4n?? #LogIndiCloseTheDoor – Eps 22
2.	Waktu tayang	12 April 2023	13 April 2023
3.	Durasi	51 menit 29 detik	41 menit 58 detik
4.	Tema	Islam sebagai <i>rahmatan lil 'alamin</i>	Perbedaan pandangan tentang jin dan setan menurut agama islam, katolik, dan Kristen protestan.
5.	Poin pembahasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Makna ta'aruf dalam islam</li> <li>- Kenapa di pom bensin tidak ada tempat ibadah orang Kristen?</li> <li>- Apa yang harus dilakukan umat muslim ketika waktu berbuka puasa tapi tidak ada makanan halal?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agama adalah keyakinan yang diimani masing-masing,</li> <li>- Untuk apa Tuhan menciptakan setan dalam islam?</li> <li>- Kalau dalam islam juga ada jin, fungsinya untuk apa?</li> </ul>
6.	Tagline	#CloseTheDoor #LogIndiCloseTheDoor	#CloseTheDoor #LogIndiCloseTheDoor
7.	Tokoh	Host: Onadio Leonardo Narasumber : Habib Husein Ja'far Bintang tamu: Boris Bokir	Host: Onadio Leonardo Narasumber : Habib Husein Ja'far Bintang tamu: Rony Imanuel (Mongol)
8.	Jumlah penonton	11.515.448 penonton	14.457.440 pennton

Sumber: <https://www.youtube.com/@corbuzier>

Konten dakwah merujuk kepada materi atau pesan-pesan yang disampaikan dalam rangka mensyiarkan ajaran agama islam meliputi akidah, syari'ah, dan akhlak.<sup>170</sup> Konten dakwah dapat

<sup>170</sup> Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. (Surabaya: CV. Salsabila Putra Pratama, 2013) 71.

berupa berbagai bentuk, seperti ceramah, tulisan, rekaman, audio, maupun video yang bertujuan mendidik, memberikan pemahaman, dan memotivasi masyarakat untuk menambah pengetahuan tentang nilai-nilai agama islam. Seperti pada podcast #LogIndiCloseTheDoor, dalam video tersebut terdapat pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Ja'far.

Login menjadi salah satu konten yang menyebarkan pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk podcast yang edukatif. Selanjutnya, akan dilakukan analisis data mengenai pesan dakwah dalam konten Login. Peneliti mengelompokkan isi konten yang mengandung pesan dakwah sesuai dengan tiga kategori, yaitu akidah, syari'ah, dan akhlak<sup>171</sup>. Kategori akidah meliputi iman kepada Allah, iman kepada malaikat, iman kepada Rasul, iman kepada kitab Allah, iman kepada hari akhir, serta iman kepada qadha' dan daqar. Kategori syariah meliputi ibadah dan muamalah. Kategori akhlak meliputi akhlak kepada Allah dan akhlak kepada sesama makhluk.<sup>172</sup> Berikut pengelompokan pesan dakwah yang terkandung dalam Podcast Login episode 21-22, dibawah ini disertakan table klasifikasi sesuai dengan kategori pesan dakwah:

a. Pesan Dakwah Kategori Aqidah

Menurut Hasan Al Banna, aqidah kepercayaan yang dibenarkan oleh hati yang bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah, sehingga menjadikan jiwa tenang, tentram, dan bersih dari segala bentuk kebimbangan dan keraguan.<sup>173</sup> Semua sifat kepercayaan dan keyakinan dianggap sebagai suatu aqidah. Pada konten Login episode 21-22 terdapat pesan dakwah yang termasuk dalam kategori aqidah, yaitu:

Tabel 4.2. Pesan Dakwah Kategori Aqidah

Time code	Dialog	Isi pesan dakwah
35:44-36.07 Episode 21	Boris: carilah dahulu kerajaan Allah itu, mintalah kamu akan diberikan, ketuklah maka kau akan dibukakan, begitu.	Boris Bokir dan Onad yang beriman kepada Tuhan Yesus dengan "carilah dahulu kerajaan Allah itu, mintalah kamu

<sup>171</sup> Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam* (Jakarta: Rajawali, 1996).71

<sup>172</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*.(Jakarta: Kencana, 2017) 284

<sup>173</sup> A Sholeh, "Pemahaman Konsep Tasamuh (Toleransi) Siswa Dalam Ajaran Islam Repository of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang," accessed December 28, 2023, <http://repository.uin-malang.ac.id/10693/>.

		akan diberikan, ketuklah maka kau akan dibukakan,” sebagaimana dikutip dari Injil
38:30-38:42 Episode 21	Habib: kerendahan hati inilah yang disebut islami Onad: disambung-sambungkan lo Habib: kata Qur'an itu rendah hatilah kamu. Rendah hatilah di semua manusia, meskipun manusia yang membencimu, yang jahat kepadamu, rendah hatilah	Habib Ja'far yang selalu menanamkan rasa keimanan kepada para pendengarnya untuk terus memohon dan berserah diri kepada Allah SWT dengan "kerendahan hati yang disebut dengan sikap yang sangat Islami"
04.07-04.29 Episode 22	Mongol: iman itu pribadi, jadi kalau lu mengimani sesuatu itu pribadi, dan itu lu harus pegang teguh Habib: iya, betul. jadi gua selalu bilang tuh Mongol ya bahwa kebenaran itu sebagai pakaian dalam, dia penting dipakai tapi orang tidak perlu melihat. Emang lu <i>superman</i> ? Celana dalam lu di luar?	Mongol dan Habib mempercayai bahwa keimanan atau kepercayaan terhadap agama itu merupakan hal pribadi yang harus dpegang teguh, bukan sekedar ikut-ikutan atau bahkan hanya untuk dipamerkan kepada orang lain.
05.25-07.10 Episode 22	Onad: enggak tapi dalam 3 ajaran agama ini setan itu memang ada ya? diciptakan Tuhan? Mongol: sebenarnya kalau dari sisi kami, ini	Mongol sebagai umat Kristen mempercayai kitab Injil, dan menjadikannya sebagai pedoman



	<p>gua memposisikan sebagai Kristen atau mantan satanic nih gua?</p> <p>Habib: enggak, kalau yang Kristen dulu, protestan, iya protestan.</p> <p>Mongol: maksudnya begini, kalau dalam agama protestan, yang Namanya kejahatan itu identuk dengan satan, karena Yohanes di kitab Yohanes 10 ayat 10 pencuri datang untuk mencuri, membunuh, dan membinasakan. Di bahasa inggrisnya itu ditulisnya adalah sebagai satan, sebagai <i>Lord of all</i>. Nah kalau di agam Kristen dibalikin lagi, sama juga dengan katolik di Wahyu 20. Bahwa nanti di akhir zaman itu Isa datang seperti versi agama muslim bahwa Isa Almasih dan Imam Mahdi datang akan bertempur masalah Dajjal. Kalau di agama Kristen, Yesus bersama orang-orang kudusnya akan bertempur dengan satu sosok, Namanya si ular tua. In English itu ditulisnya satan, <i>not human</i>.</p> <p>Habib: gila, dia tau semua agama lo</p> <p>Mongol: dia kan soalnya bacanya beda. Baca Al-Kitab sebulan berapa kali?</p> <p>Onad: ha? Gua?</p>	<p>dan rujukan di setiap permasalahan. Tidak sekedar mengimani saja, namun ia juga mempelajari semua hal yang terkandung di dalamnya. Sedangkan Habib sebagai orang islam juga mengimani adanya kitab Al-Qur'an.</p>
--	---	--

	<p>Mongol: belum kan? Kalau gua udah 18 kali sampai selesai</p> <p>Habib: tapi emang kalau di Kristen itu ada tradisi ngekhatamin kitab sucinya nggak sih?</p> <p>Mongol: sebenarnya bukan ada. Semua agama kan memang diwajibkan untuk baca Al-Kitab. Di Kristen juga adalu harus baca dari kejadian sampai ke wahyu. Kalau lu lebih fanatic agak ke kiri sampai peta juga dipelajari</p> <p>Habib: kalau di islam kan kayak membaca Al-Qur'an, mengkhatamkan, memahaminya kemudian itu kan diwajibkan banget, dan ditradisikan. Kalau gua tiap bulan. Kalau ini? Bahkan dihafal kalau di islam</p> <p>Mongol: kalau di satanic nggak ada yang ngehafalin itu. Kalau di satanic hanya ngehafalin beberapa doa untuk manggilin siapa gitu</p>	
07.45-08.46 Episode 22	<p>Onnad: gua pengen nanya, dalam ajaran Kristen, katolik, islam berarti kan setan ada ya?</p> <p>Habib: iya</p> <p>Mongol: pasti ada lah</p> <p>Onad: dalam islam dulu ya, untuk apa Tuhan menciptakan setan ya?</p>	<p>Semua makhluk diciptakan untuk menyembah kepada Allah, tak terkecuali iblis. Sebagai bentuk penghambaan, maka sudah menjadi kewajibannya</p>

	<p>Habib: ya Tuhan sebenarnya sih setan itu sebagai salah satu makhluk Tuhan yang kemudian membangkang kepada Tuhan. Bahkan Sebagian kecil ulama menyebutkan setan itu bagian dari malaikat dulunya. Sebab di Al-qur'an itu dikatakan bahwa ketika Allah menyuruh semua malaikat itu sujud kepada adam "<i>fasajadu illaa iblis</i>" semua sujud kecuali iblis. Tapi di ayat itu dilanjutkan bahwa karena iblis memang itu dari awal diciptakan sebagai bukan bagian dari malaikat. Tapi bahwa mereka itu makhluk Tuhan yang kemudian memberontak. Mereka itu beriman. Sangat beriman kepada Tuhan tapi rasis. Gua tercipta dari api nah kenapa gua bersujud ke Adam yang tercipta dari tanah</p>	<p>untuk melaksanakan semua perintah dan menjauhi laranganNya. Namun ternyata iblis tidak melaksanakan perintah Allah untuk bersujud kepada Adam. Sebab iblis merasa memiliki derajat yang lebih tinggi dari pada Adam yang diciptakan dari tanah.</p>
<p>11.03-11.38 Episode 22</p>	<p>Ciptaan terbaik Tuhan itu "<i>laqod kholaqlal insaana fii ahsani taqwim</i>" adalah manusia dan iblis disuruh sujud sebagai ujian kepada dia tapi dia nggak mau sujud dia milih membangkang dan dia berdo'a kepada Allah minta dihidupkan terus sampai akhir masa</p>	<p>Manusia adalah sebaik-baik makhluk yang diciptakan Allah, oleh sebab itu iblis diminta oleh Allah untuk bersujud kepada Adam. Namun iblis tidak mau</p>

	<p>manusia untuk terus mengganggu. Yaudah, kata Tuhan nggak papa karena doanya di situ sesuai dengan sunnatullah, hukum yang Tuhan ingin berikan kepada manusia. Yaitu apa, diuji, dikasih akal, dikasih nafsu. Lu larinya lebih ke nafsu apa ke akal</p>	<p>menjalankan perintah tersebut.</p>
<p>13.00 – 13.05 Episode 22</p>	<p>Habib: kalau pertanyaan gini, satanic meyakini adanya Tuhan, dan iblis itu ciptaan Tuhan, berarti jauh lebih berkuasa Tuhan atas iblis. Kenapa nggak nyembah Tuhannya? Mongol: siapa? Iblisnya?</p>	<p>Allah sebagai Tuhan Yang Maha Kuasa dan Maha Pencipta memiliki kedudukan tertinggi dalam kehidupan ini. Wajib bagi semua makhlukNya untuk menyembah kepada Nya.</p>
<p>33.48: 34.00 Episode 22</p>	<p>Habib: kalau jin dia <i>wa ma kholaqtul jinna wal insa illa liya'budun</i>” dia diciptakan oleh Tuhan untuk beribadah. Makanya jin itu banyak yang taat juga.</p>	<p>Jin merupakan makhluk ciptaan Allah sebagaimana manusia, ada yang taat dan ada yang tidak taat. Namun pada dasarnya semua ciptaanNya adalah hamba yang wajib beribadah kepada Nya.</p>

Sumber: Hasil analisis data peneliti, 2023.

Dialog di atas menunjukkan pesan dakwah mengenai keimanan. Agama adalah keyakinan yang wajib diimani oleh setiap individu. Iman kepada Kitab-kitab Allah merupakan

rukun iman yang wajib diyakini oleh setiap muslim. tidak hanya Al-Qur'an, namun juga kitab-kitab sebelumnya, salah satunya yaitu kitab injil. Dengan menjalankan semua kewajiban dan menjauhi semua larangan yang telah diajarkan oleh syariat islam, maka hal tersebut merupakan bentuk penghambaan makhluk kepada Tuhan Allah.

b. Pesan Dakwah Kategori Syariah

Pesan dakwah syari'ah mencakup pesan ajakan yang melingkupi persoalan-persoalan mengenai ibadah dan muamalah. Ibadah yang dimaksud yaitu ibadah shalat, puasa, zakat, haji, umrah, thaharah, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud muamalah yaitu mencakup hukum jual beli, hukum waris, hukum berumah tangga, dan syariat lainnya yang berkenaan dengan hubungan antar makhluk. Berikut dialog dalam podcast Login episode 21-22 yang mengandung pesan dakwah kategori syari'ah:

Tabel 4.2. Pesan Dakwah Kategori Syariah

Time code	Dialog	Isi Pesan Dakwah
07.59– 08.04 Episode 21	Boris: eh jangan dinaik-naikin, aurat ya? Habib: oh iya	Dalam islam segala sesuatu memiliki aturan, seperti cara berpakaian yang harus menutup aurat. Batas aurat laki-laki yaitu antara pusar hingga lutut. Maka bagian itulah yang wajib ditutupi supaya tidak terlihat oleh orang yang bukan mahramnya.
15:47 – 16.00 Episode 21	Habib: dari pada kalian sama-sama Kristen, berbeda protestan dan katolik dan kalian tidak saling mengenal , mending yuk ikut saya. Karena dalam islam itu ada yang Namanya ukhuwah	- Hubungan antar manusia adalah sebuah ikatan persaudaraan, dalam islam disebut ukhuwah Islamiyah.



	<p>Islamiyah, sesama muslim bersaudara, satu kesatuan</p> <p>Boris: satu kesatuan ya</p> <p>Habib: berbeda pendapat nggak pa pa, berbeda pendapatan yang nggak boleh.</p> <p>Boris: berbeda madzhab juga nggak papa</p> <p>Habib: berbeda pendapatan itu yang kadang bikin</p> <p>Boris: nah berkaitan dengan pendapatan nih bib, mohon maaf ya . kalau pindah kesana saya takutnya nggak tertantang karena Cuma 2,5% , di kita 10 %</p> <p>Habib: itu kan baru zakat doang, belum infaqnya, belum shodaqohnya, belum wakafnya belum hajinya</p> <p>Boris: lho, kaya promo-promo ini ya, ada huruf kecil ya, syarat dan ketentuan berlaku, ujung-ujungnya lebih dari 10% itu mah.</p>	<p>Antar sesama harus Bersatu saling tolong menolong.</p> <p>- Sesuai dengan hukum yang telah ditetapkan Allah umat islam wajib mengeluarkan zakat sebanyak 2,5%.</p> <p>Sedangkan dalam agama Kristen mewajibkan umatnya untuk berzakat sebanyak 10%</p>
<p>23.06 – 23.26 Episode 21</p>	<p>Boris: jadi kalau udah puasa, ini kan bulan puasa, seharian, ngga masuk air, kadang kan orang puasa mohon maaf ya bukannya mendeskreditkan, tapi kadang kan suka minder kayak aduh insecure dengan aroma mulutnya. Walaupun sebenarnya di apasih kan dengan aroma surga gitu ya</p> <p>Habib: eh kok tau?</p> <p>Boris: taulah, mayoritas kan. Kita mah sadar diri</p>	<p>Puasa merupakan salah satu rukun islam yang wajib dilaksanakan oleh umat muslim.</p>

<p>30:50 – 31.10 Episode 21</p>	<p>Boris: kenapa adanya mushola, karena kan orang islam beribadah satu hari lima kali, mungkin ada masa-masa tidak sempat harus mencari tempat yang bersih yang , ya mungkin yang suci lahgitu untuk beribadah ya, makanya dikasih lah itu diperbantukan ada. Kenapa di Kristen nggak ada? Karena memang di Kristen kan cenderung hari Minggu ataupun Sabtu. Ada kok gereja-gereja dekat SPBU, ada.</p>	<p>Ibadah sholat merupakan rukun islam yang wajib dikerjakan oleh umat muslim. Ibadah sholat dikerjakan sebanyak lima kali dalam sehari, sedangkan ibadah umat Kristen di hari Sabtu dan Minggu saja.</p>
<p>32.32- 33.20 Episode 21</p>	<p>Boris: misalkan ada seorang muslim di bulan puasa di suatu daerah tertentu isinya makanannya mohon maaf waktu itu disana hanya ada daging babi saja di area tempat dia puasa itu, sampai di kota-kota hanya ad aitu doang, dan dia sudah tau itu babi haram apa lagi di bulan puasa apa yang harusnya dilakukan seorang muslim ini ? Habib: melanjutkan puasanya sampai nemu makanan yang halal Boris: loh bukannya buka itu harus secepat-cepatnya nggak boleh ditunda-tunda? Habib: secepat-cepatnya kalau ada yang halal, bahkan secepat-cepatnya kalau ada kurma ya kurma</p>	<p>Daging babi merupakan salah satu makanan yang haram untuk dikonsumsi. Namun dalam keadaan darurat, apabila benar-benar tidak ada makanan yang bisa dikonsumsi kecuali daging babi tersebut maka diperbolehkan untuk mengonsumsinya , sebatas untuk mempertahankan hidupnya, tidak untuk dinikmati sampai ia kenyang. Jadi ketika seseorang masih mampu menahan rasa</p>

		<p>laparnya dan tidak menyebabkan ia meninggal tanpa makan daging babi, maka mengonsumsi daging babi tetap haram hukumnya. Begitu pula ketika puasa, apabila saat waktu berbuka telah tiba dan yang tersedia hanya daging babi, berarti ia wajib melanjutkan puasanya sampai ia menemukan makanan yang halal untuk dikonsumsi. Kemudian pesan yang kedua yaitu ketika berbuka puasa disunnahkan untuk disegerakan, dan jika ada kurma maka yang didahulukan untuk membatalkan puasa adalah dengan memakan kurma.</p>
33.31 – 33.48 Episode 21	Boris: misalkan habib ni lagi main mohon maaf, lagi main mohon maaf , taruhlah ke e..	Ketika orang muslim telah mampu secara fisik dan materi

	<p>Onad: ke timur deh          Boris: kok ke timur?          Onad: ya kan ke NTT gitu kan          Boris: jangan, ke Tiongkok misalnya, ke China          Habib: mustahil sih          Boris: kenapa? Kenapa mustahil?          Habib: kalau saya punya duit haji dulu saya</p>	<p>untuk melakukan ibadah haji ke Kota Makkah, maka hukumnya wajib untuk menjalankannya. Sehingga apabila ia memiliki finansial yang cukup, maka harus menjalankan kewajibannya terlebih dahulu sebelum yang lain.</p>
<p>33.57 –          34.31          Episode 21</p>	<p>Habib: jadi babi itu hukum dasarnya haram, mau kita berpuasa nggak berpuasa, itu haram. Menjadi boleh kalau darurat. Apa yang dimaksud darurat? Darurat itu kalau sekiranya kamu tidak makan babi itu kamu mati. Kalau sekiranya kamu nggak akan kamu hanya merasakan lapar yang hebat, maka itu kemarin kita bahas Namanya jihad. Sebuah upaya sungguh-sungguh untuk mendekatkan diri kepada Tuhan. Jadi cari dulu sampai betul-betul, ah kalau nggak makan babi ini gua mati, baru boleh makan. Makan sebatas untuk tidak mati doang, bukan sampai kenyang.</p>	<p>Pada dasarnya, daging babi haram untuk dikonsumsi. Namun ketika seseorang dalam keadaan darurat maka boleh untuk dikonsumsi, sebatas agar supaya tidak mati, tidak untuk sampai menikmati hingga kenyang. Yang dimaksud darurat disini adalah apabila orang tersebut tidak memakannya maka orang tersebut akan mati. Jadi, ketika seseorang hanya merasakan lapar saja, maka hukum</p>

		<p>mengonsumsi daging babi tetap haram. Kemudian menahan lapar untuk menghindari hal yang haram merupakan salah satu bentuk jihad, sebuah upaya sungguh-sungguh untuk mendekati diri kepada Allah.</p>
<p>39:20-39:41 Episode 21</p>	<p>Habib: kalau al-kitab itu kayak di islam nggak? Ngga boleh dibaw ke kamar mandi? Boris: nah gini ya, berkaitan dengan yang sudah didownload handphone. Jangankan ke kamar mandi bib, banyak tuh kegiatan manusia tuh. Ada yang buka website judi</p>	<p>Dalam islam, dilarang membawa kitab suci Al-Qur'an ke dalam kamar mandi.</p>
<p>14.07-14.15 Episode 22</p>	<p>Habib: jadi itu, hak seorang anak dari orang tuanya kalau nggak diitunaiikan itu disebut durhaka. Dalam islam itu mendapatkan nama yang baik, tapi bukan Tony, Rony.</p>	<p>Mendapatkan nama yang baik dari orang tua adalah hak anak. Begitu pula memberikan nama yang baik kepada anak adalah kewajiban orang tua.</p>
<p>25.05-26.10 Episode 22</p>	<p>Habib: gua <i>make sense</i> ya nad, bahwa dia tahu bahwa Tuhan itu ada tapi dia nyembah iblis. Karena kadang orang beragama</p>	<p>-Meskipun telah beragama, realitanya beberapa orang masih</p>



	<p>juga gitu. Lupa sholat biasa aja, lupa HP dia bingung. HP gua kemana. Berarti dia kan nyembah HP itu, maksudnya menempatkan HP lebih utama dari pada Tuhan. Jadi kadang nilai-nilai itu meskipun gua yang muslim, nilai-nilai, kita menyebutnya kekafiran itu ada. Orang yang tidak bersyukur aja dalam islam itu kafir. Berarti dia mengkhianati nikmat dari Tuhan. Jadi mungkin dia tau Tuhan itu ada, tapi dia memilih untuk bersedia kepada yang lain . makanya di islam bahkan anak-anakmu, istri-istrimu di aitu firnah yang bisa membuat akhirnya kamu menomorduakan Tuhan. Maka jangan lakukan itu. Makannya Nabi Ibrahim diuji menyembelih putranya yang sangat ditunggu dan dicintainya agar tidak kemudian mencintai putranya melebihi kecintaannya kepada Tuhan.</p>	<p>menomorduakan Tuhannya. Terbukti ketika lupa menaruh HP ia lebih panik daripada ia lupa ketika meninggalkan sholat. Oleh sebab itu, sebagai muslim yang taat, harus mampu mengutamakan agama di atas segalanya.</p> <p>-Nabi Ibrahim diuji dengan diperintahkan Allah untuk menyembelih anak kesayangannya yang telah lama dinanti sebagai ujian ketaatannya kepada Allah. Kemudian Nabi Ibrahim bersedia melaksanakan perintah tersebut sebagai bukti bahwa Nabi Ibrahim mencintai Allah di atas segalanya.</p>
--	---	---

Sumber: <https://www.youtube.com/@corbuzier>

Pesan dakwah yang terkandung dalam dialog tersebut merupakan ajakan untuk selalu mengutamakan dalam beribadah, sholat, zakat, dan puasa. Sebab itu merupakan bagian dari rukun islam yang wajib dikerjakan oleh umat muslim.

Tidak sekedar melaksanakan beribadah, namun disetiap apa yang diperintahkan tentu ada tata cara dan batasan-batasannya. Seperti berapa kali sholat yang wajib dilaksanakan, berapa takaran zakat yang wajib dikeluarkan, dan lain sebagainya. Selain itu juga terkandung pesan muamalah, seperti adab berpakaian dan juga hukum halal haram dalam mengonsumsi makanan.

c. Pesan Dakwah Kategori Akhlak

Akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam jiwa yang muncul dari perbuatan-perbuatan dengan mudah tanpa adanya pertimbangan fikrian sehingga hal tersebut menjadi sebuah kebiasaan.<sup>174</sup> Ruang lingkup akhlak meliputi akhlak kepada Allah dan akhlak kepada sesama makhluk Allah. Akhlak juga berhubungan dengan etika dan moral. Dari konten Login episode 21-22, berikut dialog yang mengandung nilai pesan dakwah kategori akhlak:

Tabel 4.4. Pesan Dakwah Kategori Akhlak

Time code	Dialog	Isi Pesan Dakwah
01:00-01:53 Episode 21	Habib: gua seneng karena ini menjadi tayangan yang semoga ya, harapan gua, seperti gua baca di kolom-kolom komentar itu menjadikan islam sebagai <i>rahmatan lil 'alamin</i> . Sebagai agama yang memberikan cinta kasihnya dan membuat kesempurnaannya bagi siapa saja. Termasuk non muslim di bulan Ramadhan ini. Karena kan biasanya konten-konten Ramadhan di tv atau di youtube itu kan muslim friendly, tapi tidak non muslim friendly. Onad: Kalau disini?	Islam <i>rahmatan lil' alamin</i> merupakan sebuah konsep bahwa islam adalah Rahmat bagi seluruh alam semesta, yang mengembangkan pemanfaatan dan pengeolaan alam dan seisinya dengan rasa kasih sayang. Konsep ini mengajarkan hubungan yang baik dengan sesama manusia baik muslim maupun non muslim dan hubungan yang baik dengan alam.

<sup>174</sup> Choiruddin Hadhiri, *Akhlak Dan Adab Islam* (Jakarta: Qibla, 2015).14

	Habib: Kalau disini kan kita bisa merasakan bagaimana yang non muslim belajar tentang islam, kemudian yang muslim makin kuat juga islamnya	
02.00 – 02.40 Episode 21	Habib: dan akhirnya konten ini kan menghadirkan pendeta, bante, kemudian orang-orang katolik kemudian yang non muslim juga belajar tentang agama lain agar mereka juga ngerti dan yang non muslim juga punya tontonan yang bernilai tuntunan di bulan Ramadhan ini	Belajar memiliki arti yang sangat penting dalam agama islam, bahkan diwajibkan bagi laki-laki maupun perempuan, khususnya belajar agama. Adanya podcast dialog antar agama juga menjadi ruang belajar bagi umat muslim maupun non muslim untuk menambah wawasan tentang pengetahuan berbagai macam agama.
04.05 – 04.07 Episode 21	Boris: <i>Assalamualaikum, assalamualaikum</i>	Adab seorang muslim ketika memasuki rumah yaitu dengan mengucapkan salam. Selain sebagai bentuk izin kepada pemilik rumah, salam merupakan doa, bagi yang mengucapkan maupun yang mendengarkannya.

<p>05:10-05.30 Episode 21</p>	<p>Habib: jadi suatu hari ada non muslim benci Nabi Muhammad, preman, dia datang kepada Nabi Muhammad di rumahnya, Sayyidah Aisyah sampai menduga saking hormatnya kepada beliau dan mungkin memang dia nggak tahu kalau dia benci Nabi Muhammad dan non muslim. Dan bentuk penghormatannya diceritakan itu memberi kursinya kepada Adi bin Hatim dan Nabi Muhammad akhirnya duduk di bawah.</p>	<p>Menghormati tamu merupakan hal wajib bagi setiap muslim. Seperti menyiapkan tempat yang baik, dan memberikan hidangan.</p>
<p>08.29 – 09:40 Episode 21</p>	<p>Boris: Kemarin baru naik lo Habib: oh iya Boris: Ucapin dong, kebiasaan diucapin terus ya, nggak pernah ngucapin ya, tolong dong, kan yang nggak boleh natal doang, paskah kan boleh dong, paskah boleh Habib: sama aja, kalau buat yang meyakini nggak boleh, tapi saya meyakini boleh. Saya bahkan natal main ke ini lo, tempat yatim piatu yang katolik Boris: iya memang boleh Habib: saya kira orang kalau katolik itu kaya,</p>	<p>Mengucapkan selamat paskah kepada mereka yang merayakan merupakan bentuk toleransi antar agama, selama itu tidak diikuti dengan kecondongan hati untuk mengikutinya.</p>

	<p>ternyata ada juga yang miskin</p> <p>Onad: kurang ajar, judging, judging itu</p> <p>Habib: enggak, soalnya di fikiran saya itu , kalau yang non muslim itu tidak ada yatim piatu</p> <p>Boris: ada dong, ada, kaum yang kurang beruntung ada</p> <p>Onad: ada, banyak-banyak</p> <p>Boris: belum ngucapin selamat paskah, saya masih ingat loh, jangan muter-muter kemana terus ga ngucapin</p> <p>Habib: selamat paskah</p> <p>Boris: hari jumatnya Namanya jumat agung</p>	
19.10- 19.25 Episode 21	<p>Boris: sebagai umat manusia sebainya kita kan husnudzon, berprasangka baik, ngga enak kalau kesini ilmu saya kalah. Aduh mahasiswa s2 ini, mending ini nih, masih semester 3 ini, masih mungkin pindah kampus</p>	<p>Husnudzon adalah sifat berprasangka baik kepada Allah maupun kepada sesama manusia. Sifat terpuji ini wajib dimiliki oleh semua manusia untuk menjaga emosi, menjauhkan prasangka buruk, serta menentramkan hati.</p>
48.35-48.55 Episode 21	<p>Habib: makannya itu pakaian sunnah kalau di islam. Artinya kalau dipakai mendapatkan pahala karena meniru Nabi Muhammad. Tapi</p>	<p>Melaksanakan sunnah dengan mengenakan pakaian sebagaimana yang dipakai oleh</p>



	<p>disebutnya sunnah adat. Sunnah yang karena adatnya begitu. Nah kalau di Indonesia sesuai dengan adat. Apasih selain menutup aurat yang bikin orang terhormat, gitu. Misalnya apaya, kalau di Jawa pakai blangkon.</p>	<p>Rasulullah sangat dianjurkan dalam islam. Karena dengan menjalankan sunnahnya merupakan bukti cinta kepada Rasulullah.</p>
<p>21.29-22.01 Episode 22</p>	<p>Habib: kan kalau di islam itu hikmah adalah harta karunya orang beriman yang dimanapun menemukannya ambil. Gua menemukan hikmah disini bahwa lu kalau ngajak ke sesuatu dengan cara yang baik bahkan ke ibls sekalipun bisa kalau caranya baik, apalagi kepada Tuhan. Makannya di islam misalnya ya <i>“ud’u ila sabili bilhikmati wal mau’idzotil hasanah”</i> ajak orang itu dengan kata-kata yang lembut yang baik dan penuh kebijaksanaan kreativitas.</p>	<p>Sebagai seorang muslim, diperintahkan untuk mengambil hikmah atau pelajaran di setiap perjalanan kehidupannya. Begitu pula ketika Habib berdialog dengan Mongol, meskipun tidak ikut meyakini tentang kepercayaan satanic yang tengah dibahas, namun Habib mengambil pelajaran bahwa ketika seseorang ingin mengajak orang lain untuk melakukan sesuatu maka harus dengan perkataan yang baik dan lembut.</p>
<p>22.14-22.28 Episode 22</p>	<p>Habib: memberi kesan yang terbaik itu penting sebagaimana memberi pesan yang baik. Bahkan</p>	<p>Ketika menyampaikan pesan kepada orang lain</p>

	<p>kadang kesan yang baik itu lebih penting dari pada pesan yang baik. Makanya Nabi turun pakai akhlak dulu. Nggak tiba-tiba ayo ikut saya. menunjukkan dulu sebagai pribadi yang baik</p>	<p>seyogyanya dengan cara yang baik. Sebab apabila dilakukan dengan cara yang tidak baik tentu akan memberikan kesan yang buruk, sehingga orang lain sulit menerima pesan yang disampaikan. Sebagaimana yang dicontohkan oleh Nabi, selalu berdakwah dengan cara yang baik.</p>
41.49-41.58 Episode 22	<p>Habib: orang yang lagi lapar jangan diajak ngomong Tuhan dalam islam. Kasih dulu makan</p>	<p>Adab seorang muslim adalah tidak membahas agama dihadapan orang yang sedang kelaparan.</p>
42.45-42.57 Episode 22	<p>Habib: itu yang disebut bil hikmah dalam islam. Jadi kebenaran itu disampaikan dengan baik dan dibungkus pakai keindahan. karena hidayah dan hadiah itu satu kata</p>	<p>Adab seseorang ketika berdakwah atau mengajak pada suatu kebaikan harus dilakukan dengan cara yang baik pula.</p>
43.09-42.42 Episode 22	<p>Habib: apalagi sekarang di bulan Ramadhan kita yang muslim rawan bisa mengganggu orang lain walaupun sejatinya bau mulut itu bagi orang yang berpuasa sebenarnya indah di surga tapi tetep kita</p>	<p>Tidak mengganggu kenyamanan orang lain merupakan bentuk akhlak kita menghormati orang lain.</p>

	jangan sampai mengganggu orang lain.	
--	--------------------------------------	--

Sumber: <https://www.youtube.com/@corbuzier>

Dialog di atas merupakan beberapa percakapan yang mengandung unsur dakwah, khususnya kategori akhlak. Diantaranya yaitu akhlak menghormati dan menghargai perbedaan. Meskipun orang lain memiliki keyakinan maupun pendapat yang berbeda, namun sebagai umat muslim diajarkan untuk menghormatinya. Sikap toleransi merupakan wujud penerapan akhlak kepada sesama manusia. Akhlak yang baik akan membangun hubungan yang sehat dan positif dalam masyarakat.

## 2. Identifikasi Praktik Komodifikasi Konten Dakwah dalam YouTube #LogIndiCloseTheDoor dengan Pendekatan Semiotika John Fiske

Agar dapat menganalisis makna yang disampaikan dalam pesan konten Login episode 21-22, peneliti akan memaparkan adanya identifikasi yang menunjukkan tanda-tanda praktik komodifikasi konten dakwah dalam podcast video yang berjudul “Boris Bergamis Bikin Histeris!” dan “Agama Banyak Larangan, Mending Ikut S3t4n?”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, identifikasi memiliki arti penentu, penanda, terhadap seseorang, benda, dan sebagainya. Sedangkan mengidentifikasi berarti menentukan atau menetapkan identitas terhadap orang, benda, dan sebagainya.<sup>175</sup> Sedangkan komodifikasi agama dapat diartikan sebagai suatu proses dimana nilai-nilai yang memiliki nilai guna dan dapat memenuhi kebutuhan individu maupun masyarakat diubah menjadi nilai jual yang dinilai berdasarkan harga pasar. Ini berarti mengubah produk dari yang awalnya dinilai berdasarkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan menjadi produk yang dinilai berdasarkan harga pasar.<sup>176</sup>

Sedangkan konten dakwah merujuk pada materi atau isi yang dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Konten dakwah dibuat dengan tujuan untuk memberikan pandangan terkait ajaran agama sehingga dapat mendorong pemahaman penontonnya agar lebih baik. Sedangkan apabila konten dakwah menjadi komoditas atau digunakan sebagai alat untuk mencari keuntungan materi maka dapat menimbulkan kehilangan keaslian pesan agama. Pesan-pesan yang seharusnya bersifat murni dan ditujukan untuk kebaikan dapat terdistorsi oleh motif-motif komersial. berangkat dari hal tersebut, peneliti mengidentifikasi konten Login episode 21-22, meliputi teks (visual, narasi, ekspresi, audio,

<sup>175</sup> “Arti Kata Identifikasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” accessed December 28, 2023, <https://kbbi.web.id/identifikasi>.

<sup>176</sup> Mosco, “The Political Economy of Communication.” (New Delhi: Sage Publication, 2009) 132

dialog, dan lain-lain) yang menjadi penanda adanya komodifikasi konten dakwah. Peneliti menggunakan analisis semiotika John Fiske untuk mengidentifikasi kode-kode tersebut. Menurut John Fiske, terdapat tiga level untuk dapat merepresentasikan suatu objek, yaitu level realitas, level representasi, dan level ideologi.

### 1. Level Realitas

Level realitas merupakan kode yang dapat dipahami secara langsung oleh penonton. Dalam level realitas, penulis mengidentifikasi kode yang disampaikan melalui tampilan, kostum, perilaku, ekspresi, dan cara bicara yang ditampilkan dalam video.

#### a.) Tampilan thumbnail video.

Thumbnail video merupakan gambar yang digunakan sebagai pratinjau video yang akan diputar.<sup>177</sup> Seperti halnya sampul buku, thumbnail harus menarik calon penonton supaya dapat menumbuhkan keinginan untuk membuka dan melihat lebih banyak. Pada umumnya, thumbnail mewakili isi dari video yang akan ditampilkan. Berdasarkan hasil analisis, thumbnail pada konten Login episode 21 dan 22 mengandung beberapa elemen desain komunikasi visual, yaitu ilustrasi, tipografi, warna, teks, dan *layout*.

Ilustrasi merupakan aspek paling penting dalam sebuah tampilan thumbnail video. Selain sebagai penarik perhatian calon penonton, ilustrasi dapat mempermudah pembaca untuk menangkap pesan yang disampaikan, serta meningkatkan estetika. Tipografi menurut Tinarbuko yaitu seni memilih dan menata huruf untuk menyampaikan informasi, baik pesan sosial maupun komersil.<sup>178</sup> Tipografi menentukan tingkat kenyamanan pembaca. Tidak hanya jenis font, ukuran, jarak, dan warna akan berpengaruh bagi setiap orang yang membaca. Kemudian teks merupakan suatu tuturan yang monolog non interaktif. Lalu warna berperan sebagai pembangun suasana terhadap visual yang ditampilkan dalam thumbnail. Sedangkan *layout* adalah tata letak dalam sebuah desain visual. Aspek-aspek tersebut saling berkaitan untuk menciptakan thumbnail yang menarik.

Menurut Kress dan Van Leuween, koherensi dalam teks atau kalimat melibatkan adanya makna kohesif yang menghubungkan

---

<sup>177</sup> I. Made Mardawa Pradnya Ananda, Alit Kumala Dewi, and Ida Bagus Ketut Trinawindu, "Desain Thumbnail Video Youtube Guna Meningkatkan Engagement dan View Count Penonton Pada Konten YouTube di RICSNT Production," *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 4, no. 02 (July 24, 2023): 145–53, <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i02.2437.146>

<sup>178</sup> Sumbo Tinarbuko, *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)* (Media Pressindo, 2015).

unsur-unsur internal dan eksternal dalam teks atau kalimat tersebut.<sup>179</sup> Hal ini bertujuan untuk menyampaikan maksud sebenarnya dari penulis atau pembicara. Untuk mencapai tujuan tersebut, penting untuk meningkatkan pengetahuan dan imajinasi penonton sehingga mereka merasa tertarik dan ingin tahu sebelum mengklik video atau mengakses konten tersebut. Dengan kata lain, koherensi dalam konteks ini merujuk pada hubungan yang baik antara ide-ide dalam teks atau kalimat, serta cara meningkatkan ketertarikan dan rasa ingin tahu audiens sebelum mereka mengonsumsi konten. Berikut analisis peneliti terkait tampilan thumbnail video pada konten Login episode 21 dan 22:

1.) Episode 21



Gambar 4.2. Thumbnail Konten Login Episode 21

Pada thumbnail Login Episode 21, ditampilkan foto tiga orang yang menjadi tokoh dalam video dialog, yaitu Habib Ja'far, Onad, dan Boris yang memakai pakaian berwarna putih dengan menggunakan sorban. Pakaian tersebut biasanya digunakan oleh orang-orang muslim Timur Tengah. Kemudian background dalam thumbnail berwarna hitam dengan dominasi sinar cahaya berwarna hijau. Dengan *layout* foto Boris berada di tengah, sehingga menjadi pusat perhatian calon penonton, Sinar cahaya berwarna hijau merupakan simbol keberkahan dan kedamaian rohani yang seakan berpusat dari sisi Boris. Gambaran tersebut menggiring imajinasi calon penonton bahwa Boris merupakan seorang muslim. Namun terdapat teks pada thumbnail tersebut tertulis “Inikah Agama Boris Yang Sesungguhnya??!!” dengan warna teks yang kontras dan menyala serta font yang tegas. Kalimat tersebut menimbulkan kesan penuh pertanyaan di benak pembacanya. Kata “Sesungguhnya” menunjukkan sesuatu hal yang benar-benarnya. Sehingga mendorong penonton untuk mendapatkan informasi yang valid.

---

<sup>179</sup> Gunther Kress Leeuwen Theo van, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, 3rd ed. (London: Routledge, 2020), <https://doi.org/10.4324/9781003099857>.



Perpaduan teks, foto, dan background yang menjadi thumbnail video tersebut memunculkan tanda tanya bagi calon penontonnya. Satu sisi yang telah diketahui banyak orang, Boris bukan seorang muslim, namun pakaian yang digunakan pada thumbnail menunjukkan identitas seorang muslim. Kerancuan ilustrasi yang ditampilkan dapat mendorong calon penonton membuka dan menyimak video untuk mendapatkan jawaban dari pertanyaan yang muncul tersebut. Namun pada video login episode 21 ini sebenarnya membahas tentang *islam rahmatan lil'alam*, dimana islam bukanlah agama Boris. Dalam video tersebut hanya sebatas disebutkan agama yang diyakini oleh Boris, bukan menjadi topik utama pembahasan dalam dialog. Hal ini merupakan bentuk strategi marketing supaya dapat menarik penonton.

## 2.) Episode 22



Gambar 4.3. Thumbnail Konten Login Episode 22

Thumbnail video Login episode 22 ini menunjukkan foto Habib Ja'far, Onad, dan Mongol sebagai bintang tamu. Foto Mongol diilustrasikan secara gabungan dengan animasi jin yang terbuat dari api sedangkan kepala, tangan, serta badan atas merupakan foto asli Mongol. Hal tersebut mengilustrasikan bahwa Mongol pernah meyakini kepercayaan satani. Satanic merupakan sebuah kepercayaan yang di dalamnya terdapat pemujaan terhadap setan. Kemudian background yang digunakan berwarna merah hitam.

Dalam dunia perfilman, warna merah dan hitam menandakan suasana yang mencekam dan menakutkan. Selaras dengan pembahasan yang diperbincangkan dalam video yaitu tentang setan. Kemudian teks yang tertulis yaitu "Ngomongin S3t4n Eh Ada Yang "Mongol" dengan warna kuning dan bidang berwarna merah. Diksi tersebut mengantarkan imajinasi calon penontonnya seakan Habib dan Onad sedang membicarakan tentang setan, kemudian di tengah perbincangannya ada sosok yang nongol atau muncul, dalam kalimat tersebut diubah menjadi "mongol", yang merupakan nama bintang tamu pada konten Login episode 22. Namun sebenarnya pada video

tersebut, ketiga tokoh telah hadir sejak awal secara bersama pada stage Login.

b.) Tampilan animasi opening video konten Login Episode 21 dan 22



Gambar 4.4. Tampilan Opening Konten Login

Sebagai opening dalam video podcast #logindiclosethedoor, ditunjukkan animasi dengan nuansa islami berupa gambar masjid, pohon kurma, unta, bulan, bintang, awan, lengkap dengan tulisan “close the door” yang ditulis dengan menggunakan font yang mirip dengan tulisan arab. Ornament-ornament tersebut menunjukkan identitas agama islam. Masjid adalah tempat ibadah orang muslim. Bulan dan bintang telah lama dipakai sebagai simbol umat muslim sejak masa Umayyah dan Muhammad El-Fatih. Muhammad El-Fatih membawa bendera bulan dan bintang ketika menaklukkan Konstantinopel.

Menurut Agus Sunyoto, bulan dan bintang menggambarkan makhluknya Dzat yang satu.<sup>180</sup> Kemudian menurut Lam Hoo dalam Wanaputri, 2015 benda – benda yang memiliki ujung lancip dipercayai mengandung elemen api. Sedangkan simbol dari adanya unsur api melambangkan harapan dan kebahagiaan. Dalam hal ini, simbol bulan dan bintang dimaknai sebagai hati yang peka, secara realitas menyimbolkan nabi (rasul) sebagai utusan dan orang yang terpilih dengan hati yang peka, membawaa harapan, dan perubahan. Kemudian lambang bulan sabit digunakan sebagai simbol islam sejak masa Abdul Malik bin Marwan meletakkan lambang bulan sabit di kubah masjid Al-Aqsa pada abad ke-7 Masehi. Simbol ini juga digunakan sebagai lambang pasukan islam dibawah pimpinan Shalahuddin Al-Ayyubi ketika perang salib pada abad ke 12. Lalu, pada masa Usmaniyah atau Ottoman di Turki abad ke-18, simbol bulan sabit menyebar ke seluruh dunia sebagai identitas islam. Sementara itu, di Indonesia penggunaan simbol bulan

---

<sup>180</sup> “Agus Sunyoto: Simbol Bulan Bintang Sudah Dipakai Umat Islam Sejak Lama,” NU Online, accessed December 20, 2023, <https://nu.or.id/nasional/agus-sunyoto-simbol-bulan-bintang-sudah-dipakai-umat-islam-sejak-lama-Adt3Q>.

sabit sebagai penanda masjid berlangsung setelah kemerdekaan dan makin massif sesudah reformasi seiring dengan maraknya penggunaan kubah sebagai atap masjid.<sup>181</sup>

Sedangkan kehidupan di daerah gurun seperti adanya pohon kurma dan unta juga memiliki keterkaitan dengan sejarah dan budaya islam.<sup>182</sup> Warna yang mendominasi pada scene tersebut yaitu warna putih dan kuning gelap atau yang biasa disebut dengan warna mustard. Dimana warna mustard atau kuning tua ini identik dengan kesan santai dan tenang. Secara fisiologis, warna kuning menggambarkan kesegaran, harapan, kesetiaan, dan optimisme.<sup>183</sup> Dari animasi opening yang ditampilkan tersebut dapat dimaknai bahwa konten LogIn merupakan konten dialog antar agama yang penuh dengan kedamaian dengan konsep konten yang *fresh*. Sehingga, meskipun pada dasarnya @corbuzier bukan penyedia konten dakwah, namun dengan hadirnya konten Log in ini penonton dapat terus mengingatnya sebagai media yang memberikan edukasi ajaran islam dan toleransi keberagaman.

c.) Tampilan kostum

Kostum merupakan segala hal yang dikenakan oleh tokoh dalam video. Penggunaan kostum dalam sebuah video bukan sekedar sebagai penutup tubuhnya, namun memberikan gambaran mengenai karakter atau kepribadian tokoh.<sup>184</sup> Selain itu, kostum yang digunakan oleh tokoh juga mempengaruhi daya tarik penontonnya.<sup>185</sup>

1.) episode 21

---

<sup>181</sup> Cecep Supriatna and Sri Handayani, "UNGKAPAN BENTUK DAN MAKNA FILOSOFI DALAM KAJIAN ARSITEKTUR RUMAH TRADISIONAL MINANGKABAU, PADANG, INDONESIA," *Jurnal Arsitektur ZONASI* 4, no. 2 (June 15, 2021): 307–16, <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i2.32964>. 312

<sup>182</sup> Philip Khuri Hitti, *History of the Arabs: Rujukan induk dan paling otoritatif tentang sejarah peradaban Islam* (Penerbit Serambi, 2005).1012

<sup>183</sup> Fimela.com, "Menebak Karakter Seseorang dari Warna Favorit Mustard," [fimela.com](https://www.fimela.com/lifestyle/read/4197529/menebak-karakter-seseorang-dari-warna-favorit-mustard), March 10, 2020, <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4197529/menebak-karakter-seseorang-dari-warna-favorit-mustard>.

<sup>184</sup> Yudi Rachman Saleh, Insi Farisa Arya, and Irvan Afriandi, "Film yang Efektif Sebagai Media Promosi Kesehatan bagi Masyarakat," *Jurnal Sistem Kesehatan* 2, no. 2 (December 1, 2016), <https://doi.org/10.24198/jsk.v2i2.11245>. 76

<sup>185</sup> Nieko Lungido Kumoro and Sidiq Setyawan M. I.Kom, "Representasi Sensualitas Karakter Perempuan Dalam Game Online (Analisis Semiotika Tentang Sensualitas Pada Karakter Heroes Perempuan Dalam Game Online DOTA 2)" (s1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), <https://eprints.ums.ac.id/58128/>.



Gambar 4.5. Penampilan Kostum yang Dipakai di Episode 21

Tokoh yang ada dalam podcast Login episode 21 ini yaitu Onadio Leonardo sebagai host, Habib Ja'far sebagai narasumber, dan Boris sebagai bintang tamu. Onadio tampak mengenakan kaos hitam dengan jumpsuit levis biru. Perpaduan kaos dengan jumpsuit menunjukkan gaya yang santai dan kasual namun tetap terkesan modis dan stylish. Sedangkan Habib menggunakan baju koko berwarna cream dan celana yang senada lengkap dengan peci putih. Pakaian tersebut menunjukkan identitas bahwa ia seorang muslim yang sederhana. Pada dasarnya penggunaan kostum memang berpengaruh pada tingkat ketertarikan penontonnya terhadap video yang akan dilihat.<sup>186</sup> Kostum yang digunakan Habib dan Onad memiliki kesan kasual, menunjukkan bahwa podcast pada video tersebut merupakan dialog yang santai dan tidak resmi.

Kemudian Boris sebagai bintang tamu memakai jubah putih lengkap dengan sorban. Pakaian tersebut merupakan pakaian adat yang biasa digunakan orang laki-laki Arab dan menunjukkan identitas islam. Dalam video tersebut Boris mengungkapkan bahwa sebagai non muslim, Boris menggunakan pakaian tersebut sebagai bentuk toleransi sebab ia akan bertemu dengan Habib Ja'far yang merupakan tokoh agama islam.<sup>187</sup> Namun jika dikaitkan dengan judul konten Login pada episode 21 yaitu "Boris Bergamis Bikin Histeris!", pakaian Boris merupakan salah satu setting kostum yang telah terstruktur untuk mewujudkan judul yang click bait. Dalam media marketing, seorang pembuat konten perlu mencari cara untuk mendapatkan perhatian netizen. Salah satu caranya adalah dengan membuat judul yang menarik dan terkadang menyebarkannya dengan judul yang clickbait.

<sup>186</sup> Lungido Kumoro and Sidiq Setyawan M. I.Kom." Representasi Sensualitas Karakter Perempuan dalam Game Online (Analisis Semiotika tentang Sensualitas Pada Karakter Heroes Perempuan dalam Game Online DOTA 2)" Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018. 18

<sup>187</sup> *boris Bergamis Bikin Histeris* / #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 21.



Menurut Shinta (2023), clickbait merupakan pendekatan pemasaran yang berupaya mendongkrak audiens terhadap suatu konten dengan mengembangkan judul menarik yang menggunakan bahasa hiperbola, bombastis, atau bahkan provokatif.<sup>188</sup> Pada konten Login, terlihat hampir semua judul bersifat clickbait, termasuk episode 21. Judul clickbait ini dimaksudkan untuk memikat penontonnya. Bahasa yang digunakan sengaja dibuat sangat menarik agar orang mengklik dan melihat konten, terlepas dari apakah konten tersebut sesuai dengan judulnya atau tidak. Selanjutnya, dengan banyaknya penonton maka akan meningkatkan pendapatan monetisasi YouTube.

## 2.) Episode 22



Gambar 4.6. Penampilan Kostum yang Dipakai di Episode 22

Pada episode 22, Habib memakai kaos hitam, kemeja biru sebagai outer, dikombinasikan dengan celana berwarna abu lengkap dengan peci putihnya. Sepatu yang digunakan yaitu jenis sneakers. Onad tampak memakai kaos lengan Panjang berwarna putih dan jumpsuit levis dengan lutut robek. Sedangkan Mongol menggunakan kemeja motif setelan berwarna dasar merah dengan motif warna kuning dan putih. Ketiga kostum yang digunakan menunjukkan kesan kasual dan santai. Sehingga membangun suasana dialog yang nyaman dan tidak terkesan kaku.

## 3.) Ekspresi

Ekspresi merupakan bentuk pengungkapan atau proses mengutarakan untuk menyampaikan perasaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ekspresi adalah proses mengungkapkan suatu maksud, gagasan, maupun tujuan yang dapat diamati dari mimik wajah dan gestur tubuh saat berkomunikasi.<sup>189</sup> Ekspresi wajah merupakan perpaduan dari berbagai macam isyarat, setiap isyarat memiliki makna tersendiri dan

<sup>188</sup> Eva F. Nisa, "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia," *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (February 14, 2018): 68–99, <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>.

<sup>189</sup> "Arti Kata Ekspresi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online," accessed December 22, 2023, <https://kbbi.web.id/ekspresi>.



dapat berpengaruh pada pesan verbal yang disampaikan. Paul Ekman, seorang psikolog yang mendalami ilmu tentang emosi dan ekspresi wajah, membagi jenis-jenis ekspresi yang universal menjadi tujuh macam, yaitu marah, sedih, senang, jijik, takut, kaget, dan ekspresi penghinaan.

1.) Episode 21



Gambar 4.7. Ekspresi yang Ditunjukkan pada Episode 21

Pada episode 21, secara keseluruhan selama proses dialog berlangsung mulai menit pertama hingga akhir, ekspresi ketiga tokoh didominasi ekspresi senang. Ekspresi senang memiliki ciri-ciri sudut mata berkerut, kedua sudut bibir menarik ke atas, dan kedua pipi terdorong naik. Ekspresi senang menunjukkan perasaan yang positif dan ceria. Selama dialog berlangsung, masing-masing tokoh menunjukkan rasa bahagia dan saling menerima perbedaan pendapat, sehingga terbangun suasana yang positif dan interaktif. Suasana yang penuh kedamaian tersebut menggambarkan rasa toleransi keberagaman yang dapat menarik perhatian para penontonnya. Ekspresi senang dalam episode ini juga dihadirkan oleh dialog yang mengandung humor.

2.) Episode 22



Gambar 4.8. Ekspresi yang Tampak pada Episode 22

Pada episode 22, hanya sedikit ekspresi yang ditunjukkan dari ketiga tokoh. Mimic wajah yang muncul didominasi ekspresi wajah datar namun penuh ketulusan ketika mendengarkan penjelasan lawan bicaranya. Hal tersebut tergambar dari tatapan mata yang tajam dan mendalam serta memberikan fokus perhatian sepenuhnya kepada tokoh yang berbicara. Jika dibandingkan dengan episode 21, pada episode ini, dialog yang berlangsung tidak banyak humor yang ditunjukkan.

### 3.) Gaya bicara

Gaya bicara merujuk pada cara seseorang berbicara, meliputi tingkat kecepatan berbicara, ritme, intonasi, dan pilihan kata. Pada episode 21 dan 22, gaya bicara ketiga tokoh tampak asertif. Gaya bicara asertif dinilai sebagai bentuk komunikasi yang paling efektif. Gaya komunikasi ini menunjukkan hubungan komunikasi yang terbuka tanpa adanya rasa lebih unggul dari yang lain. Gaya bicara ini mengekspresikan kebutuhan, keinginan, ide, dan perasaan dirinya namun masih mempertimbangkan kebutuhan lawan bicaranya. Komunikator asertif memiliki tujuan agar semua pihak menang dalam satu situasi. Sehingga komunikator tidak hanya berfokus pada dirinya sendiri namun juga menyeimbangkan hak seseorang dengan hak lainnya.<sup>190</sup>

Sebagaimana yang dapat dilihat bahwa ketiga tokoh dengan background agama yang berbeda-beda, Habib beragama Islam, Onad beragama Katolik, dan Boris beragama Kristen protestan, sedangkan pada episode 22 Mongol sebagai Kristen protestan sekaligus orang yang sempat mengikuti kepercayaan satanik, semua tokoh mampu membawakan podcast dengan dialog yang seimbang. Ketika salah satu memberikan penjelasan terkait permasalahan yang dibahas sesuai dengan keyakinannya, maka yang lain mendengarkan dengan seksama walaupun apa yang dipaparkan bertolak belakang dengan ajaran yang diyakininya. Sesekali saling memberi respon atau melempar pertanyaan kepada lawan bicara agar suasana tetap hidup dan dapat menarik penonton.

Dalam program “Login” di *channel* YouTube Deddy Corbuzier, Habib Jafar menggunakan gaya penyampaian dan strategi komunikasi yang efektif untuk mencapai tujuan dakwahnya.<sup>191</sup> Gaya

---

<sup>190</sup> “4 Jenis Gaya Komunikasi,” *BINUS Communication* (blog), accessed December 23, 2023, <https://binus.ac.id/malang/communication/2022/06/21/4-jenis-gaya-komunikasi/>.

<sup>191</sup> Widia Ningsih, Rokibullah Rokibullah, and Anel Nailul Muna, “Analysis Of Habib Jafar’s Da’wah Message In Login Program At Youtube Chanel Deddy Corbuzier,” *Journal Transnational Universal Studies* 1, no. 3 (May 19, 2023): 133–40, <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i3.29.133>

penyampaian yang lugas dan mudah dipahami Habib Jafar menggunakan gaya penyampaian yang lugas sehingga mudah dipahami oleh audiensnya. Ia menghindari penggunaan bahasa yang terlalu teknis atau rumit agar pesan-pesannya mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Gaya penyampaiannya yang sederhana membantu khalayak untuk terhubung dengan pesan dakwah yang disampaikan dan menyikapinya dengan lebih baik. Penggunaan contoh dan cerita nyata Habib Jafar kerap menggambarkan pesan dakwahnya melalui penggunaan contoh nyata dan cerita yang relevan. Ia menggunakan pengalaman atau cerita kehidupan sehari-hari yang dapat menggambarkan nilai atau prinsip agama yang ingin disampaikan.

Penggunaan contoh-contoh dan cerita-cerita ini membantu audiens untuk memahami konsep-konsep agama dengan lebih baik dan merasakan hubungan antara ajaran agama dan kehidupan mereka sendiri. Interaksi dengan penonton Habib Jafar berinteraksi dengan lawan bicaranya melalui program "Login" di YouTube Chanel Deddy Corbuzier. Membuka kesempatan bagi lawan bicara untuk bertanya, memberikan tanggapan, atau berbagi pengalaman terkait topik yang dibicarakan. Interaksi ini menciptakan suasana lebih terbuka dan memungkinkan lawan bicara merasa terlibat aktif dalam proses dakwah. Habib Jafar pun memberikan jawaban dan tanggapan yang dapat menginspirasi dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada para pendengarnya.

Melalui gaya penyampaian yang lugas dan mudah dipahami, penggunaan contoh dan cerita nyata, interaksi dengan penonton, serta penggunaan media visual, Habib Jafar menerapkan strategi komunikasi efektif dalam program Login. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan dakwahnya dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih dekat, relevan, dan memotivasi khalayak dalam mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Keefektifan pesan dakwah yang disampaikan Habib Jafar dalam mencapai tujuan dakwahnya dapat dicermati melalui dampak yang ditimbulkannya terhadap pemahaman, sikap, banyaknya penonton, interaksi yang terjadi dan tindakan penonton dalam menjalankan ajaran agama. Pertama, pesan dakwah yang disampaikan dalam program "Login" berhasil menjangkau khalayak dengan baik. Hal ini terlihat dari tingginya jumlah penonton dan interaksi yang terjadi seperti positif

### **3.) Level Representasi**

Level representasi merupakan kode dimana ada permainan di dalamnya untuk menghadirkan kembali atau merepresentasikan dari makna yang dimaksud, bukan sekedar realitas yang ada. Dalam level



representasi, penulis mengidentifikasi kode yang disampaikan melalui setting, lighting, tata letak kamera, sound, dan dialog.

a.) Setting

Setting dalam produksi video adalah seluruh latar atau lokasi dengan segala property yang ada dalam sebuah produksi video.<sup>192</sup>



Gambar 4.9. Setting Tempat Konten Login

Setting terbagi menjadi tiga jenis yaitu set studio, shot on location, dan set virtual. Set studio merujuk pada pengaturan dan pembangunan latar belakang yang dilakukan di dalam ruangan studio<sup>193</sup>. Set ini umumnya dibangun secara permanen atau semi permanen dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan produksi video di dalam sebuah ruangan studio. Shot on location merujuk pada pengambilan gambar di lokasi nyata di luar ruangan studio, seperti jalan raya, taman, dan gedung. Penggunaan lokasi yang nyata dapat memberikan nuansa detail yang autentik pada saat produksi video.

Sedangkan set virtual merujuk pada penggunaan teknologi untuk menciptakan latar belakang secara digital. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan green screen atau teknik chroma keying, dimana latar belakang dihasilkan dari olahan secara digital. Penggunaan set virtual memungkinkan efisiensi dalam produksi video serta dapat memberikan fleksibilitas dalam menciptakan latar yang ekstensif tanpa harus berpindah ke lokasi.

Mengacu pada pembagian jenis setting tersebut, kedua latar konten Login episode 21 dan 22 menunjukkan setting atau latar yang sama yaitu set video. Pada setting tempat, menunjukkan tempat podcast dilakukan dalam sebuah studio dengan setting background yang berbeda dari podcast Close The Door sebelumnya. Pada sisi tempat Habib Ja'far duduk, tampak nuansa islami dengan hiasan lampu-lampu, tanaman, dan buku-buku. Sedangkan background pada sisi tempat duduk Onadio, tampak nuansa gelap, dengan hiasan

<sup>192</sup> Pratista Himawan, *Memahami Film* (Yogyakarta: Homarian Pustaka, 2008).

<sup>193</sup> Widya Nurul Aisyah, "Fleksibilitas Studio Film Pada Akademi Perfilman," *Fakultas Teknik Universitas Brawijaya*, n.d. 2017. 3

lampu-lampu berwarna merah dan tulisan-tulisan. Setting studio tersebut menunjukkan adanya perbedaan yang kontras antara keduanya. ornament yang menghiasi background tempat Habib Ja'far duduk merepresentasikan agama islam. Buku menggambarkan bahwa ayat Al-Qur'an yang pertama turun yaitu Iqra' yang artinya bacalah. Umat muslim diperintahkan untuk membaca, dan bacaan itulah disimbolkan dengan buku. Selain buku terdapat lampu, yang melambangkan bahwa islam adalah agama yang membawa umatnya dari kegelapan menuju kehidupan yang penuh cahaya.

Sedangkan di sisi lainnya, background pada tempat duduk Onad menggambarkan suasana Club, dengan nuansa warna merah hitam bertuliskan *entrance, lets party and rock and roll* yang merepresentasikan dunia malam. Warna merah memiliki makna yaitu lambang roh kudus, darah, api, cinta, kasih, pengorbanan, dan kekuatan.<sup>194</sup> Sedangkan warna hitam, di beberapa negara digunakan sebagai simbol duka cita, namun di negara yang lain diartikan sebagai keletihan.<sup>195</sup> Kemudian menurut Madden, warna hitam memiliki makna negative.<sup>196</sup>

Setting tempat seperti demikian memberikan kesan bahwa keduanya seakan-akan berada di tempat yang berbeda, namun kenyataannya mereka berada di satu tempat. Sebagaimana pesan toleransi yang disampaikan pada konten ini, walaupun berbeda namun tetap bisa hidup berdampingan.

#### b.) Dialog

Dialog merupakan bahasa komunikasi verbal yang digunakan semua tokoh dalam video. Makna dialog dapat merujuk pada makna yang terkandung dalam percakapan antara dua atau lebih orang dalam sebuah konteks tertentu. Dalam analisis semiotika, makna dialog dapat diartikan sebagai pesan yang disampaikan melalui percakapan, yang dapat mempengaruhi persepsi dan pemahaman audiens terhadap suatu topik atau isu. Dalam konten Login, makna dialog dapat

---

<sup>194</sup> Wayan Eka Jaya Putra, I. Nyoman Artayasa, and I. Gede Mugi Raharja, "Kesatuan Dan Warna Pada Elemen Interior Gaya Gotik Dan Arsitektur Bali Pada Gereja Katolik Roh Kudus Katedral Denpasar," *Prabangkara : Jurnal Seni Rupa Dan Desain* 21, no. 2 (November 17, 2017), <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/226.64>

<sup>195</sup> Novrizal Primayudha, Anwar Subkiman, and Bambang Arief, "Fungsi Dan Makna Warna Pada Desain Interior Toko Bertema Anak," *Jurnal Strategi Desain Dan Inovasi Sosial* 2, no. 1 (October 2020), <https://ojs.uph.edu/index.php/JSDIS/article/view/2346.65>

<sup>196</sup> Thomas J Madden, Kelly Hewett, and Martin S Roth, "Managing Images in Different Cultures: A Cross-National Study of Color Meanings and Preferences," 2000, <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jimk.8.4.90.19795>.



diungkapkan melalui dialog antara tokoh dalam sebuah percakapan antara host dan narasumber. Makna dialog dapat membantu membangun narasi dan mempengaruhi persepsi penonton terhadap pesan yang ingin disampaikan. Dalam penelitian ini yaitu terkait dengan komodifikasi pesan dakwah.

1.) Episode 21

Pada episode ini, berikut dialog yang menunjukkan adanya komodifikasi dalam konten dakwah Login:

Tabel 4.5 Identifikasi komodifikasi dalam dialog Login episode 21

Time code	Dialog	Interpretasi
21:12-22:26	<p>Boris: bib tapi ini beneran bib, saya mau nanya nih,</p> <p>Habib: iya, eh sebentar, sebelum nanya, ini saya kering. Udah buka puasa kan, saya pakai ini dulu, betadine.</p> <p>Boris: pakai betadine throat spray?</p> <p>Habib: anda terlatih sekali ya?</p> <p>Boris: pernah masuk di agak lain, pernah masuk di Agak Lain. Nanti diminum lacenjesnya yang ijo. Yang ijo ini bentuknya permen. Itu dulu, betadine throat spray dulu. Wah ada usagenya dulu</p> <p>Habib: enggak, kalo Habib enggak</p> <p>Boris: ini kegunaannya apa kalau boleh tau bib?</p> <p>Habib: nah, kegunaannya ini, saya..</p> <p>Boris: yang ini, hai, halloo, yang ini, belum ke yang ini</p> <p>Habib: oh, ini,</p> <p>Boris: ini next, ini next. Ada dua item. Yang ini apa kegunaannya ini?</p> <p>Habib: kegunaannya ini, gua pas sebelum shooting gua jelasin dengan detail ke Onad. Jelasin Nad.</p>	<p>Dialog tersebut menunjukkan adanya komodifikasi dalam konten dakwah Login. Di tengah-tengah penyampaian dakwah, Habib bersama Onad dan Boris mengiklankan produk Betadine Throat Spray. Pada scene ini, iklan ditampilkan dengan diawali keluhan Habib bahwa tenggorokannya sedang kering. Kemudian Habib memilih produk betadine throat spray untuk meredakannya. Dilanjutkan Boris bertanya mengenai kegunaan produk tersebut kepada Habib. Dalam hal ini, penonton diarahkan untuk mengetahui kegunaan dari produk yang diiklankan. Sehingga dapat mendorong penonton untuk mengenal</p>

	<p>Boris: berarti misalkan orang lagi berpuasa, kurang PD dengan aroma mulutnya, karena kan nggak boleh masuk benda atau cairan apapun selama puasa kan</p> <p>Habib: iya</p> <p>Boris: jadi pas dikasih itu pas buka puasa kan jadi seger\</p> <p>Habib: betul</p> <p>Boris: dan selain itu juga bisa menyembuhkan sariawan kayak gitu gitu kan.</p>	<p>produk tersebut, kemudian memutuskan untuk membeli dan menggunakannya.</p>
23:01-25:17	<p>Boris: jadi ini tu betadine throat spray ini</p> <p>Onad: itu apa sih? Baru tau deh</p> <p>Boris: jadi kalau udah puasa, kan lagi bulan puasa, seharian, nggak ada masuk air. Kadang kan orang kalau puasa, mohon maaf ya, bukannya mendeskritkan, tapi kadang kan suka minder kayak, aduh, insecure dengan aroma mulutnya. Walaupun sebenarnya ditafsirkan dengan aroma surga. Kan begitu ya?</p> <p>Habib: eh, kok tau?</p> <p>Boris: tau lah, mayoritas kan, kita udah sadar diri, yang gede dirangkul. Jadi ini buat mengatasi gejala awal sakit tenggorokan, sariawan, bau mulut, dan juga gusi yang bengkak</p> <p>Onad: betul, kenapa ini enak? Karena gampang dibawa kemana-mana. Bisa ditaruh kantong, jadi kalau mau buka puasa enak. <i>Tek tek tek</i>, jadi kalau buka puasa jadi mulut wangi nggak minder lagi. Gitu</p>	<p>Pada dialog ini, Habib, Onad, dan Boris mengiklankan produk dengan teknik <i>problem-solution</i>. Pendekatan ini dilakukan untuk menarik penontonnya dengan mengilustrasikan suatu masalah atau kebutuhan yang relevan, dalam hal ini Boris mengatakan bahwa ketika itu umat muslim sedang menjalankan kewajiban puasa. Banyak diantara mereka yang terkadang merasa minder dan insecure karena bau mulut. Kemudian Boris menawarkan produk betadine throat spray sebagai solusi yang dapat mengatasi permasalahan bau mulut. Lalu</p>

<p>Boris: coba, Onad contohin dong, cara pakainya gimana?  Onad: jadi gini, gampang banget  Boris: kan kalo Onad ngajarin cara pakai sesuatu paham tuh  Onad: paham, yang mana ya?  Boris: ya itu, pakai itu. Ini kemana-mana ya pikirannya, heran gue  Onad: ini betadine throat spray ini solusi dari segala solusi untuk orang kalo lagi buka puasa. Karena gampang banget pakainya, tinggal mangap. Hmm.. apa tuh bau mulut, lupa deh. Gitu  Habib: oh, mantap  Onad: ini dipakai tiap buka dan sahur, biar mulut tetap wangi  Boris: segar  Onad: ada satu lagi, nah kamu kan udah kata mini kan yang disemprot, coba kamu  Boris: bukan katam, khatam.  Habib: khatam, bener  Boris: jadi lu ga belajar jim, ha', kha'. Nggak belajar  Onad: itu apa sih, itu apa?  Boris: dia nggak belajar, alif, ba'. Ta', tsa', jim, kha', kho', itu ngga belajar  Onad: ini apa sih, program islamisasi apa bagaimana ini?  Habib: enggak  Boris: ada satu lagi bib.  Habib: ini ada yang versi permen nih, gue suka banget nih  Onad: ini kalau , enak kan?  Boris: jadi lebih praktis?  Onad: betul</p>	<p>dilanjutkan edukasi mengenai penggunaan produk yang diiklankan. Sehingga penonton sebagai target pembeli dapat memiliki gambaran tentang penggunaan produk tersebut secara jelas. Selain itu, Habib juga mengenalkan produk tersebut dalam kemasan yang berbeda dalam bentuk permen. Dalam mengiklankan produk ini, ditunjukkan keunggulan dan kelebihan nya , yitu kemasannya yang praktis. Produk dengan kemasan berbentuk permen tersebut menjadi alternatif pilihan bagi target pembeli. Sehingga mereka dapat memilih menggunakan produk mana yang lebih disukai.</p>
--	---

	<p>Boris: hanya seperti permen aja</p> <p>Onad: betul</p> <p>Boris: ini, in ikan yang orange, Cuma kalau saya disuruh di agak lain kan yang ijo. Kalau waktu di Agak Lain sih yang ijo</p> <p>Habib: eh, anda</p>	
25:33-25:50	<p>Onad: kalau ini namanya Betadine Lozenges, ini bentuknya permen. Udah gitu ini enak banget. Jadi tinggal dikunyah</p>	<p>Dialog pada scene ini menunjukkan iklan produk dengan menyoroti kelebihan atau informasi positif kepada penontonnya. Produk Betadine Lozenges dalam bentuk permen dinilai lebih praktis sebab dalam penggunaannya cukup dengan mengunyahnya.</p>
26:23-26:35	<p>Onad: nih, jadi ga usah khawatir lagi deh masalah mulut di bulan puasa, cukup gunain betadine saat selesai sahur atau pun sebelum buka puasa, jadi</p> <p>Boris: setelah buka puasa, kalau sebelum buka puasa batal</p> <p>Onad: iya sorry, setelah buka puasa. Boris makasih ya</p>	<p>Dialog pada scene ini menunjukkan iklan dengan mengenalkan produk sebagai solusi . setelah memperkenalkan sebuah masalah bau mulut ketika puasa Ramadhan, beralihlah dengan memperkenalkan produk betadine sebagai solusi yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut.</p>

Sumber: Hasil analisis data peneliti, 2023.

## 2.) Episode 22

Pada episode ini, berikut dialog yang menunjukkan adanya komodifikasi dalam konten dakwah Login:

Tabel 4.6. Identifikasi komodifikasi dalam dialog Login episode 22

Time code	Dialog	Interpretasi
42:48-47:22	<p>Habib: jadi kebenaran itu disampaikan dengan baik dan dibungkus pakai keindahan. Karena hidayah dan hadiah itu satu akar kata</p> <p>Mongol: betul, menyampaikannya dengan sangat keren tata kalimatnya, kemungkinan besar juga bau mulutnya keren</p> <p>Onad: nah, itu loh, ngomng-ngomong</p> <p>Mongol: emang kalo orang industri itu bridgingannya enak banget</p> <p>Onad: gitu loh, gue itu nungguin, dari makanan, bil lima juta, bil ini</p> <p>Habib: apalagi sekarang di bulan Ramadhan, kita yang muslim kan</p> <p>Mongol: bau mulut</p> <p>Habib: rawan bisa mengganggu orang lain. Walaupun sejatinya bau mulut itu bagi orang yang berpuasa sebenarnya indah di surga. Tapi tetep jangan sampai kita mengganggu orang lain</p> <p>Mongol: betul</p> <p>Oand: itu ada ya,?maksud gue itu ada yang bau mulut bisa mengganggu</p> <p>Habib: bau mulut bisa dong</p> <p>Mongol: biar nggak keganggu gimana caranya</p> <p>Onad: gini, sekarang bau mulut apan tuh? Udah nggak jaman. Karena sekarang udah pas banget nih. Ada solusinya.</p> <p>Mongol: apaan?</p>	<p>Komodifikasi konten dakwah pada konten Login episode 22 ditunjukkan dari adanya penyampaian dakwah yang diikuti dengan iklan produk, yaitu Betadine Lozenges. Iklan ini dikaitkan dengan pembahasan sebelumnya terkait dengan pesan yang baik harus disampaikan dengan cara yang baik pula. Kemudian dikaitkan dengan bau mulut. Ketika seseorang sedang menyampaikan pesan secara langsung, tentunya akan melakukan kontak langsung dengan lawan bicara. Sebab itu, perlu menjaga kenyamanan lawan bicara dengan mencegah bau mulut. Kemudian Onad memperkenalkan produk betadine throat spray sebagai solusinya. Dalam scene ini, Onad juga menjelaskan bagaimana cara penggunaannya, khususnya ketika</p>



<p>Onad: nah, betadine throat spray</p> <p>Mongol: oh oke, throat spray</p> <p>Onad: caranya dianjurinnya pas lagi sahur atau pas lagi buka</p> <p>Mongol: oh, jadi pas mau buka puasa, lu gunakan hal tersebut</p> <p>Onad: betul</p> <p>Mongol: karena kalau sebelum buka puasa berarti batal ya</p> <p>Habib: batal</p> <p>Mongol: batal</p> <p>Habib: makannya gua nggak nyobain nih, tapi gua bawa nih buat entar</p> <p>Onad: gini, ini tuh adalah antiseptic semprot untuk tenggorokan dan rongga mulut itu artinya untuk mengatasi gejala awal sakit tenggorokan, sariawan, bau mulut, dan gusi bengkak. Itu kan rawan banget kalau lagi puasa, bener nggak? Nah, jadi buka dan sahur tinggal semprotin deh ke tenggorokan. Nih, misalnya gua lagi mau buka ya, tinggal.</p> <p>Hmm. Better and I love it</p> <p>Habib: dan ini menurut gua ya, jawaban bagi kalau gua lagi ketemu sama temen-temen yang bau mulut. Biasanya, gua kan kalo ketemu temen-temen yang bau ketek, pas ulang tahun gua kasih hadiah deodorant</p> <p>Onad: okay</p> <p>Habib: karena kalau ditegur kan nggak enak . nah, ini solusi buat temen-temen yang bau mulut. Jadi pas ulang tahun hadiahin betadin nih</p>	<p>Ramadhan. Sebab video tersebut diunggah di bulan Ramadhan. Selain itu, penonton juga diberi informasi terkait manfaat dan kelebihan dari produk tersebut. Beberapa manfaatnya yaitu untuk mengatasi gejala awal sakit tenggorokan, sariawan, bau mulut, dan gusi bengkak. Adanya produk ini diakui Habib sebagai alternatif untuk menegur orang lain yang bau mulut, tanpa menyinggungnya. Bahkan Habib memberikan perumpamaan dengan kisah di zaman Nabi, tentang adab untuk tidak merendahkan atau membuat malu orang lain ketika di tempat umum.</p>
---	--

	<p>Onad: tapi the best part of this adalah ini tuh nggak ribet kalau dibawa-bawa. Jadi kalau kita mau jalan-jalan ke mall,</p> <p>Mongol: bisa masukin ke tas</p> <p>Onad: anda nggak bawa pouch?</p> <p>Mongol: sorry normal tahun ini</p> <p>Onad: oh biasanya kalau cowo ada suka bawa tas</p> <p>Mongol: iya, kadang suka, masalahnya kadang kalau bawa pouch, kadang suka jadi dikempit</p> <p>Onad: bisa taruh kantong Habib juga bawa kantong, bisa disini. Jadi, apa tuh bau mulut? Kayaknya udah nggak kenal deh</p> <p>Mongol: ada alternatif lain nggak?</p> <p>Onad: ada dong, Namanya betadine lozangles. Nih, ini tuh enak banget. Bentuknya kayak permen jadi ini fungsinya banyak banget</p> <p>Mongol: itu lebih bagus kalau dikantongin, karena dia tipis.</p> <p>Onad: betul, jadi nggak usah khawatir lagi, masalah mulut di bulan puasa bukan masalah. Cukup gunain betadine ini saat selesai sahur dan berbuka. Jadi apa tuh bau mulut? Nggak kenal. Dengan betadine ini. Jadi itu dia tu, kalau solusi bau mulut Cuma satu jawabannya</p> <p>Mongol: gampang ya</p> <p>Onad: betadine</p> <p>Habib: dan gua seneng banget ya akhirnya temen gua yang bau mulut, gua negurnya bisa tetep yang nice gitu</p>	
--	---	--

	<p>Onad: contohnya gimana?</p> <p>Habib: Misalnya ini. Karena gua diajarin ya, Nabi Muhammad itu pernah tiba-tiba pas majelis, ada orang yang buang angin.</p> <p>Onad: buang angin maksudnya kentut?</p> <p>Habib: kentut. Kemudian kata para sahabat kan kurang ajar nih orang. Di majelis ada nabi malah buang angin. Tapi tenang aja, nanti pas sholat isya' kita lihat, siapa yang wudhu berarti dia yang kentut. Karena kentut itu membatalkan wudhu dan sholat harus pakai wudhu. Kemudian begitu nabi berdiri mau sholat isya' kata nabi sebaik-baik orang adalah yang memperbaharui wudhunya selalu. Kemudian nabi pergi untuk berwudhu. Nah, ngak ketahuan. Jadi nggak ketahuan,</p> <p>Mongol: jadi nggak boleh nuduh</p> <p>Habib: tapi ngasih jalan buat mereka untuk sholat dengan tetap berwudhu, tapi tidak memermalukan tapi nilai dakwahnya juga ada. Nah ini juga gitu, jadi gua pas ini. Kan biasa tu. Apalagi ada yang versi permen . bro mau permen nggak?</p> <p>Mongol: dia ngga sakit hati tersinggung, tapi terbantuan</p> <p>Habib: dia nggak sakit hati, kita juga selesai . apa lagi kalau kita lagi mudik tu lebaran, satu mobil sama satu orang yang bau mulut</p>	
--	---	--

	<p>Mongol: nah mumet lagi tuh, kayak gua mau jalan kaki,          Habib: gua bwaannyan pengen gak mau pakai a akhirnya.          Buka terus kan kaca mobil          Mongol: nah betul          Onad: tapi kalau sekarang kan kayak gitu kita udah ada solusinya          Mongol: Jadi sebenarnya gampang, termasuk dalam hal hidup bib. Lu milih mana? Lu mau berdiri di sebelah Tuhan atau lu berdiri di sebelah kegelapan</p>	
--	---	--

Sumber: Hasil analisis data peneliti, 2023.

c.) Tata letak kamera

Perlakuan pada kamera untuk mengambil gambar dan menyusunnya merupakan salah satu hal penting yang berpengaruh pada proses penyampaian gagasan atau pesan kepada penonton. Dalam proses pengambilan gambar, seorang *campers* akan mempertimbangkan jarak dan sudut *angle* kamera terhadap obyek.<sup>197</sup>

1.) Episode 21



Gambar 4.10. *Long shot*



Gambar 4.11. *Medium shot*



Gambar 4.12. *Medium long shot*



Gambar 4.13. *Medium shot*

<sup>197</sup> Ari Primadana Mulya, "The Representation Of Marxism Characteristic In In Time Film," *E-proceeding of Management*, 2020.

Berdasarkan jaraknya, tata letak kamera yang menunjukkan adanya komodifikasi pada konten Login episode 21 yaitu menggunakan *long shot*, *medium long shoot* dan *medium shot*. *Long shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan tubuh fisik seseorang secara full pada kamera, namun latar belakang masih tampak dominan. Dalam *long shot* menggambarkan pergerakan sebuah objek. Dalam pembahasan ini, terlihat ketiga tokoh, Habib, Onad, dan Boris sedang membicarakan terkait produk Betadine Lozenges yang diiklankan dalam tayangan konten dakwah tersebut.

Selanjutnya *medium long shoot*, yaitu *shot* yang memperlihatkan jarak dari tubuh manusia yang terlihat yaitu dari bawah lutut sampai atas kepala. *Shot* ini digunakan untuk memperlihatkan objek ketika memperkenalkan dan memberikan informasi terkait produk yang sedang diiklankan. Kemudian *medium shot*, merupakan *shot* yang memperlihatkan tubuh seseorang dari pinggang sampai atas kepala. Pada *shot* ini, ekspresi wajah dan gestur Onad lebih terlihat ketika ia sedang menggunakan produk tersebut, sehingga penonton dapat melihatnya lebih jelas. Hal ini juga bertujuan untuk meningkatkan brand awareness, mengedukasi target konsumen, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Dengan menampilkan penggunaan produk secara langsung, dapat memberikan informasi yang lebih mendalam kepada penonton sebagai target konsumen sehingga mempengaruhi keputusan untuk membeli produk tersebut. Demonstrasi produk oleh Onad merupakan salah satu bentuk strategi untuk memasarkan produk Betadine Lozenges.

Apabila mengacu pada sudut pengambilan (*angle*), pada episode 21 terlihat sudut pandang kamera diambil sejajar dengan objek yang diambil. Teknik ini disebut *eye level angle*, yaitu penggambaran seolah olah penglihatan manusia pada umumnya. Tidak terkesan dramatis namun terlihat lebih natural dan membuat penonton merasa melihat podcast tersebut secara langsung.<sup>198</sup>

## 2.) Episode 22



<sup>198</sup> Adin Fahima Zulfa, "Camera Movement, Camera Angle, Dan Shot Size, Dalam Membangun Jumpscare Film "The Conjuring II", " 2019, <http://digilib.isi.ac.id/4226/>.



Gambar 4.14. *Long shot*      Gambar 4.15 *Medium shot*

Gambar 4.16 *Medium shot*      Gambar 4.17. *Medium long shot*

Berdasarkan perbedaan jarak kamera dengan objek, tata letak kamera yang menunjukkan adanya komodifikasi pada konten Login episode 22 yaitu menggunakan *long shot*, *medium long shot* dan *medium shot*. *Long shot* merupakan teknik pengambilan gambar yang menampilkan tubuh fisik seseorang



secara full pada kamera, namun latar belakang masih tampak dominan. Dalam *long shot* menggambarkan pergerakan sebuah objek. Kali ini, terlihat ketiga tokoh, Habib, Onad, dan Mongol sedang membicarakan terkait produk Betadine Lozenges yang diiklankan dalam tayangan konten dakwah episode 22.

Kemudian *medium shot*, merupakan shot yang memperlihatkan tubuh seseorang dari pinggang sampai atas kepala. Pada *shot* ini, ekspresi wajah dan gestur Habib serta Onad lebih terlihat ketika ia sedang memberikan informasi terkait produk tersebut, sehingga penonton dapat melihatnya lebih jelas. Dan teknik yang terakhir yaitu *medium long shot*, memperlihatkan jarak dari bawah lutut sampai atas kepala. Teknik ini dilakukan ketika Onad mempraktikkan cara menggunakan produk Betadine. Hal tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, mengedukasi target konsumen, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut. Dengan menampilkan penggunaan produk secara langsung, dapat memberikan informasi yang lebih mendalam kepada penonton sebagai target konsumen sehingga mempengaruhi keputusan untuk membeli produk tersebut. Demonstrasi produk oleh Onad merupakan salah satu bentuk strategi untuk memasarkan produk Betadine Lozenges.

Kemudian jika mengacu pada sudut pengambilan (*angle*), seperti pada episode 21, episode 22 ini terlihat sudut pandang kamera diambil sejajar dengan objek yang diambil atau biasa disebut disebut *eye level angle*, yaitu penggambaran seolah olah penglihatan manusia pada umumnya. Akan menciptakan gambaran yang lebih natural, tidak terkesan dramatis dan membuat penonton merasa melihat podcast tersebut secara

langsung.<sup>199</sup> Pada video ini, penonton dibuat seakan-akan mengikuti dialog Login secara langsung bersama dengan host dan narasumber dalam satu ruang.

### 3.) Level Ideologi

Pada level ini, dalam video podcast Login episode 21-22 peneliti menemukan adanya kesamaan adanya penggambaran nilai-nilai ideologi. Terdapat nilai multikulturalisme yang terkandung dalam dialog antara Habib, Onad, Boris, dan Mongol. Masing – masing tokoh dengan keyakinan yang berbeda-beda mampu memberikan representasi makna Bhinneka Tunggal Ika, sebagai semboyan bangsa Indonesia. Dengan menjunjung tinggi rasa toleransi dalam keberagaman. Sikap toleransi ini terlihat dari cara mereka berdialog dan bersikap kepada lawan bicaranya yang berbeda keyakinan maupun berbeda pandangan. Mereka selalu memperhatikan dengan baik ketika yang lain memberikan penjelasan atau pandangan tanpa adanya penolakan. Sikap kooperatif dan selalu terbuka dalam pemikiran ditunjukkan sepanjang dialog. Pada dasarnya mereka menyadari setiap agama memiliki pedomannya masing-masing. Sebagaimana yang telah dicantumkan dalam Al-Qur'an surat Al-Kafirun ayat 4-6:

وَلَا أَنَا عَابِدٌ مَّا عَبَدْتُمْ  
وَلَا أَنْتُمْ عَابِدُونَ مَّا أَعْبُدُ  
لَكُمْ دِينُكُمْ وَلِيَ دِينٌ

*“Dan aku tidak pernah menjadi penyembah apa yang kamu sembah. Dan kamu tidak pernah (pula) menjadi penyembah apa yang aku sembah. Untukmu agamamu, dan untukku agamaku.”*<sup>200</sup>

Di lain sisi, pada level ini peneliti juga menemukan nilai-nilai kapitalisme. Kebutuhan tontonan yang menghibur merupakan keinginan penonton.<sup>201</sup> Kebutuhan ini memunculkan ide kreatif Deddy untuk menggabungkan konsep tayangan religi dengan hiburan, yang kemudian melahirkan konsep tayangan baru yang dikemas dalam podcast episode Login. Konsep kreatif ini terlepas dari pengamatan penonton, yang kemudian dimanfaatkan oleh produsen konten sebagai agenda kapital. Menghadirkan konten dakwah ketika bulan Ramadhan pada jam-jam tertentu membuat penonton akhirnya menyesuaikan kegiatan sehari-harinya dengan jam tayang tersebut. Seperti konten Login yang diunggah setiap hari selama bulan Ramadhan pada pukul 20:20 WIB, membuat

---

<sup>199</sup> Zulfa. “Camera Movement, Camera Angle, Dan Shot Size, Dalam Membangun Jumpscare Film “The Conjuring II”. Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2019.

<sup>200</sup> QS. Al-Kafirun: 4-6, n.d.

<sup>201</sup> Jatayu Hadi Prakoso, “Media Sebagai Alat Untuk Komunikasi Perspektif Ekonomi Politik Vincent Moscow Dikomodifikasi Oleh Media,” *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 7, no. 2 (May 5, 2022): 144–57, <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1829>.

penonton untuk meluangkan waktu tersebut untuk melihat konten Login, atau setidaknya membuat perencanaan untuk menonton di waktu setelah jam tayang tersebut.

Kehadiran konten Login menjadi topik pembicaraan dalam komunikasi keseharian mereka. Bulan Ramadhan merupakan waktu yang tepat untuk memperdalam ilmu agama, sebagai upaya untuk mendekatkan diri kepada Sang Pencipta. Konten Login hadir sebagai tontonan yang religious, banyak memberikan edukasi tentang agama islam namun tetap menghibur. Konten dakwah tersebut dijadikan komoditas ekonomi bagi bagi pemilik media, sedangkan bagi masyarakat merupakan hiburan yang mengedukasi. Isi media merupakan komoditas untuk dapat dijual di pasar, dan informasi yang disebarakan diatur oleh apa yang akan ditonton oleh audiens. Sebagaimana diunggahnya konten Login secara konsisten di bulan Ramadhan. Sehingga audiens semakin dekat dengan pesan-pesan agama melalui konten Login. Sebagai teks, konten video tersebut terbuka terhadap berbagai interpretasi. Di lain sisi, konten yang menumbuhkan multikulturalisme berubah menjadi ideologi yang melayani pihak kapitalisme media dan rating.

### 3. Implikasi Komodifikasi Konten Dakwah Akun YouTube @corbuzier Terhadap Pemahaman Penontonnya

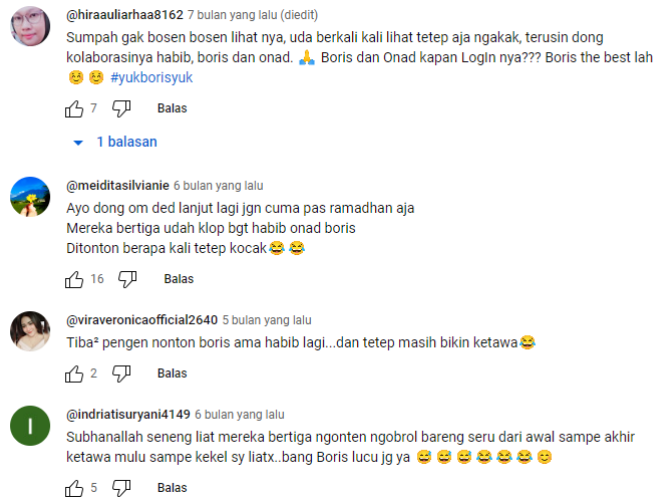
Dakwah yang dikemas dalam dialog antar agama pada podcast Login episode 21-22 memberikan dampak yang signifikan terhadap penontonnya. Terbukti dari jumlah like dan komentar yang cukup banyak. Pada podcast Login episode 21 memiliki jumlah like sebanyak 279 ribu dan 23.561 komentar, sedangkan pada episode 22 memiliki jumlah like sebanyak 209 ribu dan 12.136 komentar per 30 Desember 2023. Berbagai macam respon penonton disematkan dalam kolom komentar. Hampir semua komentar memberikan kesan positif pada tayangan tersebut. Dilihat dari respon penonton yang terdapat pada kolom komentar, banyak yang menilai bahwa Login adalah konten yang edukatif, mengajarkan toleransi, dan memberikan banyak pengetahuan tentang agama, khususnya islam. Namun tidak sedikit pula dari mereka yang merasa terhibur dari tayangan video Login.



## Gambar 19. Komentar penonton video Login episode 21

### Gambar 4.18. Komentar penonton video Login episode 22

Selain dari komentar yang tertulis pada video Login episode 21-22, respon penonton juga dapat dilihat dari postingan Instagram Habib Ja'far di Instagram bahwa lebih dari 80 juta orang telah menonton Login. Pada postingan tersebut, Habib bertanya “Apa yang Anda dapatkan dari Login? Tolong beritahu aku!” hasilnya lebih dari 2.000 akun memberikan responnya melalui komentar pada postingan tersebut. Mayoritas komentar yang dituliskan yaitu komentar positif. Reaksi-reaksi ini menunjukkan tidak hanya



pengaruh Program Login dalam mengedukasi dan memberikan informasi kepada khalayak, namun juga rasa terhibur dengan cara program ini menggabungkan fleksibilitas, kesatuan, keakraban, dan humor tanpa menyinggung. Misalnya saja komentar di akun Instagram Habib Jafar seperti “banyak belajar tentang toleransi”, “banyak ilmu tentang agama lain”, “bisa saling mengenal antar agama”, “saya menjadi sadar”, “lebih percaya diri dengan keyakinan saya” keyakinannya sendiri”, dan seterusnya, menunjukkan bahwa program ini mendidik dan memberikan informasi kepada khalayak. Seperti yang dikatakan oleh informan:

Konten yang bagus, mengasyikan, dan menambah wawasan, pengetahuan serta sudut pandang tentang keyakinan, agama dan kehidupan.<sup>202</sup>

<sup>202</sup> Ismail Sholeh, Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.



Gambar 4.19. Unggahan pertanyaan Habib tentang konten Login di Instagram

Begitu pula dengan komentar-komentar seperti “kocak sekali”, “menyenangkan dan berbobot”, “menghibur”, “tontonan serius yang penuh humor”, dan sebagainya menunjukkan bahwa acara ini menghibur penontonnya. Komentar ini relevan dengan hasil penelitian Katz et al. (1973), yang menemukan bahwa orang secara sadar memilih sumber informasi dan hiburan tertentu untuk memenuhi tuntutan psikologis individu seperti pembelajaran atau pengaturan suasana hati.<sup>203</sup> Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan:

“Saya kemarin lihat itu ketika puasa kan. Saya sangat suka dengan konten tersebut. Karena mengajarkan arti kedamaian dan toleransi. Dialognya juga berjalan dengan sangat santai dan hangat. Dakwahnya juga tersampaikan oleh Habib dengan selingan humor sehingga saya sebagai penonton tidak bosan. Jadi saya juga merasa terhibur dari lelahnya habis kerja ataupun aktifitas sehari-hari yang menjenuhkan.<sup>204</sup>

Dari beberapa contoh respon diatas, menunjukkan bahwa konten Login dapat menambah wawasan para penontonnya khususnya terkait ilmu agama dan toleransi. Namun jika melihat sisi yang lain, tidak sedikit juga yang memberi kesan bahwa tayangan tersebut menghibur mereka. Hal ini relevan dengan ucapan Dedy pada podcastnya yang berjudul “Ente Mau Adu Domba Sesama Muslim!?- Bubarin Aja Om!”. Video yang diunggah pada 5 Mei 2023 tersebut membahas tentang respon masyarakat terkait dengan konten Login. Pada video tersebut Dedy mengatakan bahwa kerangka dari konten Login merupakan entertainment, dakwah, dan Ramadhan. Pada dasarnya konten tersebut bertujuan untuk memberikan hiburan bagi penontonnya. Sehingga dalam upaya untuk menarik perhatian dan mendapatkan keuntungan finansial,

<sup>203</sup> Elihu Katz, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch, “Uses and Gratifications Research,” *The Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (1973): 509–23.

<sup>204</sup> Kurnia Azizah, Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.



konten tersebut dapat cenderung lebih fokus pada aspek hiburan daripada penyampaian pesan agama yang mendalam. Artinya, ini dapat mengarah pada pemahaman yang lebih dangkal atau bahkan mungkin terdistorsi. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan:

“Kalau aku, merubah pemahamanku itu pesan dakwah yang disampaikan itu lebih mudah aku cerna. Islam itu sebenarnya nggak kaku, seperti nggak bisa dibengkokkan tapi dengan adanya Podcast ini, lebih merubah ke dimana ternyata santai kok, nggak seperti itu, nggak setegas itu. Bahwa ajaran agama islam itu ngga seperti ini, tapi lebih santai. Soalnya pembawaannya Habib Ja’far lebih luwes. Bahwa islam itu santai, tidak mengekang kita. Beda dengan ajaran yang disampaikan oleh guru-guru kita, guru ngaji kita bahwa agama islam itu harus saklek, harus gini, harus gini. Dalam Login kita dapat mengenal islam yang lebih santai, tidak saklek.”<sup>205</sup>

Isu yang dibahas juga cenderung memilih isu yang sensasional bukan isu-isu yang mendalam dan substansial dari sudut pandang keagamaan. Seperti pada episode 22 yang membahas tentang kepercayaan terhadap pemujaan terhadap setan. Apabila dikaitkan dengan *core* yang dikatakan Deddy, yaitu entertainment, dakwah, dan Ramadhan, maka pembahasan tersebut cenderung mengarah pada hiburan saja. Meskipun tidak mengubah pemahaman penontonnya, namun materi yang dibahas tidak terfokus pada pendalaman agama islam. Apalagi jika penonton tidak memiliki keimanan yang kuat, tidak menutup kemungkinan jika mereka akan keluar dari islam dan masuk ke agama lain. Seperti yang disampaikan oleh informan:

Konten log in ini baik bagi orang yang sudah punya pondasi keimanan yang cukup kuat, terutama bagi umat islam. Karena jika belum kuat, ada kemungkinan dapat menggoyahkan keyakinan keimanan. Mungkin karena melihat kemudahan-kemudahan beribadah dalam agama lain.<sup>206</sup>

## C. Analisis Data dan Pembahasan

### 1. Isi Pesan Dakwah dalam Podcast #LogIndiCloseTheDoor

Pada podcast Login episode 21-22 terdapat pesan-pesan dawah yang disampaikan oleh Habib Ja’far. Pesan dakwah tersebut disampaikan dalam bentuk dialog interaktif antar tokoh. Peneliti akan mengelompokkan hasil analisis pesan dakwah dalam tiga kategori, yaitu kategori aqidah, syari’ah dan akhlak.

Isi pesan dakwah kategori aqidah pada episode 21 membahas tentang keimanan. Segala bentuk permasalahan dan penyelesaian tentang keimanan dalam islam didasarkan pada Al-Qur’an dan Hadis, sedangkan Kristen mengacu pada kitab injil. Sebagai muslim yang taat diwajibkan

---

<sup>205</sup> Khoirunnisa, Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.

<sup>206</sup> Sujianto, Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.

untuk mengimani kitab-kitab Allah. Sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 136

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي نَزَّلَ عَلَى رَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي  
أَنْزَلَ مِنْ قَبْلُ

“Wahai orang-orang yang beriman, tetaplah beriman kepada Allah dan Rasul-Nya (Muhammad) dan kepada Kitab (Al-Qur'an) yang diturunkan kepada Rasul-Nya, serta kitab yang diturunkan sebelumnya, ...”<sup>207</sup>

Kemudian pada episode 22, isi pesan dakwah kategori ini membahas beberapa hal yang berkaitan dengan aqidah. Pertama yaitu tentang agama. Agama adalah keyakinan yang wajib diimani oleh setiap individu secara sempurna. Memeluk agama secara sempurna mengacu pada kesetiaan dalam mengamalkan ajaran agama dengan penuh keikhlasan. Dalam surat Al Baqarah ayat 208 telah ditegaskan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.”<sup>208</sup>

Pesan dakwah yang disampaikan selanjutnya yaitu tentang perintah untuk melaksanakan perintahNya dan menjauhi laranganNya. Hal tersebut merupakan bentuk penghambaan makhluk kepada Tuhannya. Pada dasarnya makhluk diciptakan untuk menyembah Allah sebagai Penciptanya, sebagaimana telah ditegaskan dalam Al-Qur'an Surat Az-Zariyat ayat 56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku”<sup>209</sup>

Pesan dakwah kategori syari'ah yang disampaikan pada podcast Login episode 21 yaitu tentang ibadah, meliputi sholat, zakat, dan puasa. Telah jelas dalam islam, bahwa seorang muslim wajib menjalankan rukun islam. Sebab rukun islam merupakan fondasi dari segala bentuk ibadah dan ketaatan kepada Allah. Rukun islam juga membantu membentuk karakter, membimbing tindakan, dan memberikan kerangka spiritual yang kokoh bagi seorang muslim. oleh karena itu menjalankan rukun islam dianggap sebagai bagian integral dari praktek dan identitas seorang muslim yang taat. Sebagaimana tertulis dalam Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari:

عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: «بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ، وَإِقَامَ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءَ الزَّكَاةِ، وَحَجِّ الْبَيْتِ، وَصَوْمِ رَمَضَانَ» رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَمُسْلِمٌ

<sup>207</sup> QS. An-Nisa':136, n.d., 136.

<sup>208</sup> QS. Al-Baqarah: 208, n.d.

<sup>209</sup> QS. Az-Zariyat: 56, n.d.

Dari Abu Abdirrahman Abdullah bin Umar bin Khattab Radhiyallahu ‘Anhuma, ia berkata: aku mendengar Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam bersabda, “Islam dibangun di atas lima hal: syahadat *laa ilaaha illallah* dan *Muhammadur Rasulallah*, menegakkan shalat, menunaikan zakat, haji ke Baitullah, dan puasa Ramadhan.” (HR. Bukhari)<sup>210</sup>

Selain tentang ibadah, dalam episode 21 juga disampaikan terkait hukum mengonsumsi daging babi. Hukum halal dan haram merupakan bagian dari ketaatan seorang muslim kepada perintah Allah. Hukum makanan halal dan haram mencerminkan prinsip kebersihan dan kesucian dalam Islam. Makanan yang diharamkan berarti dinilai suci dan bersih, sedangkan makanan yang diharamkan dianggap sebagai sesuatu yang tidak layak dikonsumsi. Beberapa larangan makanan yang haram dalam Islam seperti daging babi, dan minuman beralkohol, sebab keduanya memiliki dampak buruk bagi kesehatan. Dengan menjauhi makanan yang diharamkan berarti sama dengan menjaga kesehatan tubuh dan meminimalisir resiko terkena penyakit. Al-Qur’an menyatakan secara tegas apa yang halal dan apa yang haram, sebagaimana disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 173:

نَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

“*Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (meyebut nama) selain Allah. Tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karenamenginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya.*”<sup>211</sup>

Kemudian pada episode 22, Habib menyampaikan terkait kewajiban yang telah ditetapkan harus dilaksanakan, apabila dilanggar maka dinilai durhaka. Dan memberikan nama yang baik kepada anak adalah salah satu kewajiban orang tua. Memberikan nama yang baik akan menciptakan identitas positif bagi anak. Memberikan nama dengan makna yang positif menjadi Langkah awal untuk menjadikan anak memiliki pribadi yang baik, sebab nama adalah doa yang membawa keberkahan. Dalam Riwayat hadis disebutkan:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، قَالَ: " مِنْ حَقِّ الْوَالِدِ عَلَى الْوَالِدِ ثَلَاثَةٌ أَشْيَاءُ: أَنْ يُحْسِنَ اسْمَهُ إِذَا وُلِدَ، وَيُعَلِّمَهُ الْكِتَابَ إِذَا عَقَلَ، وَيُزَوِّجَهُ إِذَا أَدْرَكَ "

“*Dari Abu Hurairah r.a, Rasulullah saw bersabda: di antara hak anak (yang didapatkan) dari orang tuanya ada tiga hal, diberikan nama yang baik apabila lahir seorang anak, diajarkan membaca apabila*

<sup>210</sup> Abu Zakariya Muhyiddin Yahya Bin Syarifi An-Nawawi, *Riyadu Al-Salihin* (Lebanon: Bairut, 1998). 320

<sup>211</sup> QS. Al-Baqarah: 173, n.d.

ia telah memasuki usia cukup berakal, dan menikahkannya apabila telah dewasa.<sup>212</sup>

Selanjutnya, pesan dakwah yang disampaikan yaitu menaati semua perintah Allah adalah kewajiban semua makhluk Allah sebagai hambaNya. Konsep menaati semua perintahNya dan menjauhi laranganNya adalah inti dari ketaatan seorang muslim. Hal tersebut merupakan bukti pengakuan bahwa Allah adalah satu-satunya Tuhan yang berkuasa, dan sebagai hambaNya, seseorang harus taat dan patuh kepadaNya. Sebagaimana disebutkan dalam Surat An-Nisa' : 59

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ

“Wahai orang-orang yang beriman! Taatilah Allah dan taatilah Rasul (Muhammad), dan Ulil Amri (pemegang kekuasaan) di antara kamu”<sup>213</sup>

Pesan dakwah kategori akhlak pada episode 21 diawali dengan pembahasan konsep islam *rahmatan lil'alam*. Islam *rahmatan lil'alam*, yaitu agama islam mengajarkan ukhuwah, kasih sayang dan kedamaian. Konsep ini menempatkan Rahmat Allah sebagai nilai sentral dalam kehidupan. Umat islam diajak untuk menjadi Rahmat bagi seluruh alam, yang mencakup sikap kedamaian, kasih sayang, dan keadilan terhadap seluruh ciptaan Allah. Seperti yang telah termaktub dalam Al-Qur'an surat Al-Anbiya 107.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

“Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai rahmat bagi seluruh alam.”<sup>214</sup>

Kemudian podcast Login pada episode ini juga mengajak menumbuhkan rasa toleransi antar umat beragama. Dalam islam, toleransi mencerminkan nilai-nilai inklusivitas, penghargaan terhadap perbedaan, dan kerjasama antar umat beragama guna menciptakan masyarakat yang damai dan harmonis. Islam juga mengakui hak setiap individu untuk memeluk agama dan keyakinannya sendiri. tanpa adanya paksaan. Umat muslim diperintahkan untuk saling menghormati perbedaan dalam hal keyakinan, praktik keagamaan, maupun kebudayaan. Dalam Surat Al Hujurat ayat 13 disebutkan

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا

“Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal.”<sup>215</sup>

---

<sup>212</sup> Abu Laist As-Samarqondi, *Tanbihul Gapilin Bi Ahadisi Sayyidil An-Biyai Wa Al-Mursalin* (Damaskus: Bairut, 2000). 130

<sup>213</sup> QS. An-Nisa':59, n.d.

<sup>214</sup> QS. Al-Anbiya': 107, n.d.

<sup>215</sup> QS. Al-Hujurat: 13, n.d.



Dalam sebuah perbedaan, seorang muslim dilarang untuk berburuk sangka, meskipun orang lain memiliki keyakinan maupun pendapat yang berbeda. Islam mengajarkan agar umatnya saling berhusnudzon, atau berprasangka yang baik, Husnudzon merupakan salah satu akhlak dalam menjaga hubungan yang baik dengan sesama. Sebagaimana telah termaktub dalam Surat Al-Hujurat ayat 12

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا  
يُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَّحِيمٌ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Penerima tobat, Maha Penyayang”<sup>216</sup>*

Kemudian, pada video episode ini Habib Ja'far juga memberi contoh bagaimana adab memuliakan tamu. Dalam islam, memuliakan tamu merupakan hal yang dianjurkan sebagaimana yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad. Seperti yang diceritakan Habib dalam podcast tersebut bahwa beliau memberikan kursi tempat duduknya ketika Adi bin Hatim bertamu ke rumahnya, kemudian Nabi duduk di bawah. Memuliakan tamu juga merupakan etika dan akhlak yang baik. Termasuk sikap ramah, santun, dan sabar menerima dan melayani tamu yang datang ke rumah.

Dalam episode 22, pesan dakwah yang disampaikan yaitu adab ketika mengajak mengajak orang lain untuk melakukan sesuatu dengan cara yang baik. Hal demikian adalah bentuk akhlak baik kepada sesama manusia. Komunikasi yang baik dapat membangun hubungan positif. Seseorang akan lebih terbuka terhadap ajakan yang disampaikan dengan cara yang baik. Sikap ramah dan sopan akan memberikan peluang yang lebih besar untuk dapat diterima ajakan tersebut. Karena sikap seseorang kepada orang lain akan meninggalkan kesan yang akan terus diingat. Bahkan kesan yang baik itu lebih utama daripada pesan yang baik. Sebagaimana disebutkan dalam surat An-Nahl:125

أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

*“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik”<sup>217</sup>*

Pesan dakwah di atas merupakan nilai-nilai ajaran agama yang disampaikan dalam podcast Login, baik secara implisit maupun eksplisit. Tayangan tersebut diunggah sebagai konten untuk dikonsumsi oleh

---

<sup>216</sup> QS. Al-Hujurat: 12, n.d.

<sup>217</sup> QS. An-Nahl: 125.



masyarakat. Jika dilihat dari nilai-nilai pesan dakwah yang disampaikan sebagaimana telah dipaparkan di atas, konten Login merupakan konten yang edukatif. Tayangan tersebut menginformasikan kepada penonton terkait dengan ajaran-ajaran agama islam. Namun pesan dakwah tersebut disampaikan dengan disertai tujuan komersil. Sehingga fokus materi dakwah yang disampaikan dapat tergeser oleh kepentingan kapitalis.

## 2. **Komodifikasi Konten Dakwah dalam Podcast #LogIndiCloseTheDoor Perspektif Vincent Moscow**

### a.) Komodifikasi Konten #LogIndiCloseTheDoor

Dari analisis yang telah dilakukan, komodifikasi konten dalam podcast Login dapat diidentifikasi melalui struktur tanda konten pesan melalui *hashtag*, logo, tema/judul materi, deskripsi konten YouTube, desain studio pada kanal YouTube<sup>218</sup>. *Hashtag* merupakan penanda yang menjadi petanda pada podcast Login. *Hashtag* merupakan frasa atau kata kunci yang diketik tanpa spasi dan diawali tanda pagar (#). *Hashtag* pertama kali digunakan pada media sosial Twitter tahun 2007 sebagai penanda tweet yang berkaitan dengan satu topik. Sejak saat itu, *hashtag* semakin banyak diterapkan di twitter maupun platform media sosial lainnya, termasuk YouTube.<sup>219</sup> *Hashtag* yang digunakan dalam konten Login yaitu #closethedoor dan #logindiclosethedoor.

Jika dianalisis menggunakan semiotika John Fiske, *hashtag* merupakan bentuk teks, yang termasuk dalam level realitas. Dapat dimaknai bahwa teks ini merupakan salah satu bentuk kampanye konten Deddy Corbuzier. Ketika seseorang mengetik kedua *hashtag* tersebut atau salah satunya, maka semua konten yang memiliki *hashtag* tersebut akan muncul. Keuntungan menyertakan *hashtag* dalam postingan adalah meningkatkan keterlibatan, yang merupakan pendekatan praktis untuk memasarkan konten. Dengan *hashtag*, audiens akan lebih cepat menemukan sebuah postingan, sebab asilnya akan dikelompokkan sesuai dengan *hashtag* yang dituju, tidak dicampuradukkan dengan postingan yang lain. Dengan demikian, apabila seseorang mengetikkan *hashtag* #closethedoor, maka akan muncul semua video yang memiliki *hashtag* #closethedoor, begitu pula dengan #logindiclosethedoor.

---

<sup>218</sup> Subandi and Sadono, "KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)." National Conference of Creative Industry, 2018.

<sup>219</sup> Aorinka Anendya, "Hashtag: Pengertian, Cara Kerja, Contoh, dan Manfaatnya," *Blog Dewaweb* (blog), October 29, 2023, <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-hashtag/>.

Struktur tanda dalam konten Login juga ditunjukkan dari logo yang ditampilkan pada video tersebut. Terdapat logo podcast Close The Door di bagian pojok kanan atas di sepanjang video Login. Logo tersebut merupakan salah satu bentuk upaya membangun citra dan *branding* podcast Close The Door. Dengan menyematkan logo pada video tersebut, berdasarkan tinjauan ekonomi politik media, keuntungan yang didapatkan bagi pemilik konten yaitu untuk memperluas target pemasaran.

Deskripsi pada unggahan video Login mempunyai signifikansi komodifikasi yang kuat untuk menawarkan produk berupa konten. Pada unggahannya terdapat deskripsi “”Log In” Sudut pandang baru setiap harinya selama bulan Ramadhan. Pukul 20:20 WIB.”. Deskripsi tersebut menginformasikan kepada penonton bahwa akan selalu ada video yang memberikan wawasan baru setiap hari selama bulan Ramadhan. Menjadi kreatif dan inofatif saja tidak cukup untuk mencapai pendapatan yang besar saat menggunakan media sosial. Konsistensi dalam mengunggah konten juga diperlukan. Menurut McKisney, konsistensi adalah kunci untuk menjaga kepuasan pelanggan. Namun untuk menerapkan hal tersebut perlu adanya perhatian penuh dari pembuat konten.<sup>220</sup> Seperti konsistensi Deddy untuk menayangkan konten Login sebagaimana terdapat pada kalimat deskripsi yang dicantumkan di setiap episodnya. Kalimat tersebut menggiring penonton untuk selalu menantikan tayangan yang edukatif dan *fresh*/baru setiap pukul 20:20 di bulan Ramadhan. Berdasarkan teori ekonomi politik media, hal yang menjadi perhatian adalah keuangan media yang berkaitan dengan proses produksi. Deskripsi tersebut mengarahkan penonton untuk terus menonton kontel Login setiap hari selama bulan Ramadhan. Sebab dengan banyaknya penoton juga akan berpengaruh pada keuangan monetisasi YouTube.

Tanda-tanda komodifikasi konten dakwah juga terlihat dari judul materi dakwah pada setiap konten Login. Judul konten dakwah merupakan penanda mengenai pembahasan yang akan disampaikan oleh narasumber dan bintang tamu pada program tersebut. Bentuk komodifikasi konten terlihat dari pemilihan diksi judul konten agar dapat menarik perhatian penonton. Istilah yang digunakan memperhatikan aspek menarik, vira, praktis, dan solutif. Sehingga dapat bernilai jual. Seperti pada judul episode 21 “Boris Bergamis Bikin Histeris”. Boris sebagai bintang tamu yang beragama Kristen,

---

<sup>220</sup> Alfonso Pulido, Dorian Stone, and John Strevel, “The Three Cs of Customer Satisfaction: Consistency, Consistency, Consistency | McKinsey,” accessed December 25, 2023, <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-three-cs-of-customer-satisfaction-consistency-consistency-consistency>.

disebutkan menggunakan memakai gamis. Dimana gamis merupakan pakaian yang biasanya dipakai oleh laki-laki muslim timur tengah. Dapat dikatakan bahwa pakaian tersebut merupakan penanda bahwa yang mengenakan adalah seorang muslim.

Pada judul konten juga disebutkan kata “histeris”, makna histeris menurut KBBI yaitu bersifat histeria, disambut dengan teriakan.<sup>221</sup> Namun apabila dianalisis dari isi video tersebut, ketika Boris datang menggunakan gamis, tidak menunjukkan adanya sambutan yang histeris. Selain itu, judul tersebut tidak memberikan informasi yang substansial. Hal tersebut menunjukkan bahwa judul termasuk dalam kategori clickbait. Menurut Shinta, clickbait adalah bentuk pendekatan pemasaran yang berupaya mendongkrak audiens terhadap suatu konten dengan mengembangkan judul yang menarik menggunakan bahasa hiperbola, bombastis, atau bahkan provokatif. Begitu pula dengan judul konten Login episode 22 “Agama Banyak Larangan Mending ikut S3t4n??”. pada judul ini, diksi yang digunakan termasuk bahasa yang kontroversial. Kalimat “Mending ikut s3t4n??” dapat menarik perhatian pembaca dengan maksud menimbulkan keingintahuan dan membuat audiens mengeklik dan menonton video tersebut, terlepas dari apakah konten tersebut sesuai dengan judulnya atau tidak. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemilihan diksi pada judul jelas mengandung kepentingan sepihak dari pembuat konten, yaitu bertujuan untuk mendapat perhatian dari penonton sehingga dapat menaikkan jumlah *views*.

b.) Komodifikasi Pekerja YouTube #LogIndiCloseTheDoor

Pekerja merupakan penggerak utama dalam produksi konten Login, meliputi bagian produksi, distribusi, dan pengisi konten. Pada penelitian ini difokuskan pada pengisi konten yaitu host, narasumber, dan bintang tamu. Analisa pada pengisi konten dilakukan karena mengindikasikan bahwa mereka dapat menarik khalayak untuk menonton konten Login. Konten Login ini merupakan dialog antar agama yang merupakan salah satu isu sensitif yang jika salah ditangani dapat menimbulkan ketegangan dan perselisihan. Sebab itu, humor merupakan cara terbaik untuk memulai dialog maupun diskusi untuk meminimalisir ketegangan sehingga dapat menciptakan suasana yang lebih cair dan harmonis.<sup>222</sup>

---

<sup>221</sup> “Arti Kata Histeris - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online,” accessed December 25, 2023, <https://kbbi.web.id/histeris>.

<sup>222</sup> Ahsan Ziyadi, “Pentingnya Pengenalan Pelajaran Norma Melalui Strategi Pembelajaran Menyenangkan Dengan Humor” (Seminar Nasional Tahunan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan Tahun 2017, Medan, 2017), 280–83, <http://semnasfis.unimed.ac.id/wp-content/uploads/2017/06/PENTINGNYA->


Deddy memilih Onad sebagai host, Habib Ja'far sebagai narasumber, serta Boris sebagai bintang tamu pada episode 21 dan Mongol pada episode 22.

Onad sebagai host pada podcast ini merupakan non muslim yang memposisikan diri sebagai orang yang tidak memahami tentang ajaran islam. Sehingga pada episode Login ini ia harus banyak bertanya kepada Habib. Menurut Deddy, Onad dipilih sebagai host sebab baginya yang tidak mengerti tentang islam yaitu orang non muslim.<sup>223</sup> Onad merupakan seorang entertainer sejak ia duduk di bangku SMA.<sup>224</sup> Perjalanannya di dunia hiburan yang tidak sebentar, membuatnya dikenal oleh banyak orang. *Channel* YouTubanya The Leonardo's memiliki 1,1 juta subscriber. Begitu pula dengan Habib Ja'far yang merupakan seorang pendakwah populer dengan subscriber 1,38 juta pada *channel* YouTubanya Jeda Nulis. Tidak hanya keilmuan yang dimiliki, melainkan cara berkomunikasi, metode ceramah dan popularitasnya menjadi daya Tarik tersendiri bagi masyarakat.<sup>225</sup> Keberadaan kedua tokoh public tersebut sangat berpengaruh pada ketenaran konten Login di dunia industry media sehingga dapat menjadi konsumsi masyarakat.

Bitang tamu pada konten Login episode 21-22 yaitu Boris dan Mongol, keduanya merupakan seorang pelawak alumni acara Stand Up Comedy. Nama Boris dan Mongol semakin dikenal public, tak jarang masyarakat ingin mengetahui agama yang diyakini oleh kedua tokoh tersebut. Boris merupakan seorang Kristen yang secara diam-diam mempelajari islam. Sedangkan Mongol dikenal sebagai penyembah setan. Sebab itulah keduanya dihadirkan sebagai bintang tamu pada podcast Login.<sup>226</sup> Hal itulah yang membuat kedua video tersebut banyak menarik masyarakat untuk menontonnya. Terbukti

---

PENGENALAN-PELAJARAN-NORMA-MELALUI-STRATEGI-PEMBELAJARAN-MENYENANGKAN-DENGAN-HUMOR.pdf.

<sup>223</sup> *ente Mau Adu Domba Sesama Muslim ? - Bubarin Aja Om!!*  #logindiclosethedoor - Habib Jafar, Onad, 2023,

<https://www.youtube.com/watch?v=qNXb5Cm1V9M>.

<sup>224</sup> "Onadio Leonardo Mimpi Jadi Entertainer Sejak SMA: Apapun Gue Sikat," kumparan, accessed December 25, 2023,

<https://kumparan.com/kumparanhits/onadio-leonardo-mimpi-jadi-entertainer-sejak-sma-apapun-gue-sikat-1s3Je1by5Pn>.

<sup>225</sup> Atin Nurul Hidayah and Ageng Widodo, "Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja'far Di YouTube Channel 'Jeda Nulis,'" *Kalijaga Journal of Communication* 3, no. 2 (December 28, 2021): 153–67, <https://doi.org/10.14421/kjc.32.05.2021>.

<sup>226</sup> Ricka Milla Suatin and Dwi Susanti, "SPIRITUALIZING TECHNOLOGY: OPEN DIALOGUE ACROSS FAITHS IN 'LOG IN' ON CLOSE THE DOOR DEDDY CORBUZIER'S YOUTUBE CHANNEL" 5, no. 3 (n.d.). 183



kedua video tersebut memiliki *views* terbanyak dibandingkan dengan episode Login yang lain, yaitu sebanyak 11.515.448 penonton pada episode 21 dan 14.457.440 pada episode 22. Hal itulah yang mengindikasikan gejala komodifikasi dakwah pekerja melalui bintang tamu Login.

Para pekerja yang dipilih merupakan setting yang dilakukan @corbuzier sebagai upaya untuk menarik perhatian penonton. Hal demikian jelas terlihat dari host, narasumber, maupun bintang tamu yang dipilih adalah influencer dan tokoh public. Keuntungan yang didapat oleh kanal YouTube @corbuzier sangat banyak, terbukti dengan jumlah penonton video tersebut mencapai 10 juta lebih. Keuntungan lainnya jika dilihat dari segi pemasaran yaitu dapat membangun branding @corbuzier sebagai platform yang mampu mendatangkan berbagai macam tokoh agama.

c.) Komodifikasi Khalayak/Audiens #LogIndiCloseTheDoor

Benntuk gejala komodifikasi yang ke tiga yaitu komodifikasi khalayak. Komodifikasi ini berkaitan dengan jumlah penonton yang melihat konten Login episode 21-22 pada platform YouTube beserta banyaknya *like*, *subscriber*, *viewer*, dan iklan pada video tersebut. Berdasarkan data yang ada pada *channel* @corbuzier per 26 Desember 2023, akun tersebut memiliki jumlah *subscriber* sebanyak 21,5 subscriber. Kemudian konten Login episode 21 dengan judul “Boris Bergamis Bikin Histeris” ditonton sebanyak 11.585.401 kali, 279 ribu like dan 23.552 komentar. Sedangkan pada episode 22 dengan judul “Agama Banyak Larangan, Mending Ikut S3t4n???” ditonton sebanyak 14.544.852 kali dengan jumlah like sebanyak 208 ribu dan 12.119 komentar . *channel* Youtube dengan jumlah tersebut telah mendapatkan monetisasi dari YouTube, sehingga terdapat keuntungan yang diperoleh dari setiap iklan yang muncul pada video Login. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan, terdapat iklan produk yang tayang pada konten Login episode 21 dan 22, yaitu Betadine Lozenges.

Berdasarkan perhitungan penghasilan yang didapatkan dari youtube, suatu *channel* akan mendapatkan keuntungan jika mempunyai jumlah penonton yang banyak serta terdapat iklan yang tersemat pada setiap tayangan konten youtubanya. Rumus biaya per klik (BPK) dan pendapatan per tayangan (RPM) dapat digunakan untuk menghitung pendapatan YouTuber. Kompensasi uang yang akan diterima untuk setiap 1.000 penayangan iklan di video YouTube dikenal sebagai RPM. Dilansir dari detik.com, menurut Forbes, estimasi pendapatan yang diterima oleh YouTuber dengan 1.000 penonton per satu video bisa menghasilkan sekitar



US\$3-5 atau setara Rp45.000 – Rp75.000.<sup>227</sup> Apabila dihitung melalui socialblade (kalkulator YouTube), taksiran penghasilan yang didapat dari konten video Login episode 21 per 30 desember sejumlah US\$21,544 atau setara dengan RP332.115,84 sedangkan episode 22 menghasilkan US\$27,028 atau Rp416.655,54. Sedangkan CPC (*Cost per Click*) adalah bayaran yang diperoleh dari pengiklan kepada YouTuber setiap kali penonton mengklik iklan mereka..

Berbagai tanda-tanda tersebut dimaknai sebagai bentuk komodifikasi karena menjadi sumber keuntungan yang didapatkan dari konten Login yang sudah di desain. Jumlah like, subscriber, viewer, membership dan iklan pada akun @corbuzier dapat menentukan jumlah keuntungan yang didapatkan dari youtube. Hal tersebut dapat dinilai sebagai keuntungan yang didapatkan secara ekonomi.

### 3. Kapitalisme Menggeser Nilai Dakwah

Komodifikasi pada dasarnya tak dapat dipisahkan dari sistem kapitalisme. Dari akarnya, muncul praktik perdagangan yang tidak lagi memedulikan esensi barang yang dijual, asalkan dapat menghasilkan keuntungan. Dalam perspektif komodifikasi, segala sesuatu dianggap dapat diperdagangkan. Sesuatu yang diproduksi tidak hanya bertujuan memberikan manfaat kepada masyarakat, melainkan lebih dikarenakan kemampuannya untuk diperdagangkan di pasar. Dengan kata lain, orientasi produksi tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan objektif masyarakat, tetapi lebih cenderung mendorong akumulasi modal.<sup>228</sup>

Komodifikasi dakwah, juga menjadi korban dari praktik kapitalisme tersebut. Ini berakar pada adanya media yang bersaing untuk menampilkan konten agama sebagai bagian tak terpisahkan dari program-program yang diproduksi. Idi Subandi dalam Yusron Saudi mengatakan bahwa kini banyak bermunculan acara dakwah yang cair, sarat canda tawa sekaligus air mata, di berbagai media massa. Pada fenomena ini, kesadaran orang akan kebutuhan spiritual bertemu dengan kesadaran orang untuk mengonsumsi

---

<sup>227</sup> ilham fikriansyah, "Berapa Pendapatan YouTuber dengan 1.000 Subscribers? Segini Nominalnya," detikjabar, accessed January 2, 2024, <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6176836/berapa-pendapatan-youtuber-dengan-1-000-subscribers-segini-nominalnya>.

<sup>228</sup> Fitri Murfianti, "Komodifikasi Dakwah Dalam Religiainment Di Stasiun Televisi Indonesia," *Jurnal ISI* 3 (June 1, 2012).

tontonan.<sup>229</sup> Media baru terutama media sosial seperti YouTube memanfaatkan potensi public figure, seperti ulama populer, ustadz populer, artis, influencer untuk melakukan selebritisasi pengalaman keagamaan merek melalui tontonan yang rutin, terutama pada momen-momen hari besar Islam. Seperti adanya konten Login yang tayang rutin setiap hari selama Ramadhan. Hal tersebut lebih condong kepada aktifitas dagang di dunia industry media. Sebab tujuannya dagang, beberapa aspek dakwah disesuaikan dengan format acara hiburan.

Media bukanlah entitas tanpa motif, mereka memerlukan biaya dan keuntungan dari program dakwah yang dihasilkan, sesuai dengan konsep kapitalisme. Dakwah telah berubah hubungan dari da'I kepada *mad'u* menjadi produsen kepada konsumen. Dakwah bukan lagi aktifitas yang mencerahkan secara ruhaniyah. Dakwah hanyalah salah satu komoditas yang diperjual belikan di pasar kapitalis.

Akhirnya, jika ingin menyimpulkan, pengakuan bisa ditarik bahwa dakwah melalui media massa (komodifikasi) benar-benar membuat citra Islam menjadi lebih responsif terhadap perubahan zaman. Masyarakat dapat memperoleh informasi keagamaan atau menemukan jawaban terhadap permasalahan yang dihadapi dengan cara yang lebih mudah yaitu dengan memanfaatkan media. Tetapi, di sisi lain, komodifikasi dakwah menimbulkan keprihatinan karena agama yang sakral hanya dijadikan elemen tambahan sebagai daya tarik untuk hal-hal yang profan.

Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan menggunakan media-media baru untuk menjaga keberlanjutan aktivitas dakwah sebagai proses penyampaian pesan keagamaan, bukan hanya sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan dari praktik komodifikasi media yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, namun dakwah menjadi prioritas dan hal yang harus diutamakan tanpa mengurangi atau mengubah substansi dakwah.

---

<sup>229</sup> Yusron Saudi, "Media dan Komodifikasi Dakwah," *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (September 6, 2018): 37, <https://doi.org/10.31764/jail.v2i1.537>.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. YouTube LogIndiClosetheDoor Episode 21-22 merupakan konten dakwah yang di dalamnya terdapat praktik komodifikasi. Menurut Vincent Moscow dalam teori Ekonomi Politik Media, bahwa dalam komodifikasi konten, nilai guna yang terkandung di dalamnya akan menghasilkan nilai tukar atau bernilai jual. Hal ini relevan dengan perspektif ekonomi yang berlaku di platform YouTube. Terdapat beberapa hal yang menjadi bentuk komodifikasi konten berupa nilai tukar atau jual, seperti *subscribers*, *views*, dan *adsense*.
2. Selanjutnya, setelah isi konten LogIndiClosetheDoor Episode 21-22 diteliti menggunakan metode analisis semiotika milik John Fiske, ditemukan beberapa hal sebagai berikut:
  - a.) Pada level realitas, kode sosial yang ditunjukkan dari beberapa kategori seperti penampilan, kostum, ekspresi, dan cara berbicara dalam dialog tersebut menunjukkan adanya praktik komodifikasi yang ditunjukkan secara nyata.
  - b.) Pada level representasi, kode pada level ini terlihat dari kode dialog, pemilihan tokoh, tata letak kamera, lighting, dan setting. Kode dialog secara jelas mengiklankan suatu produk yaitu Betadine Lozenges di tengah perbincangan dakwah. Kode pemilihan tokoh menggunakan host, narasumber, dan bintang tamu yang merupakan tokoh public yang telah banyak dikenal oleh masyarakat. Yaitu Onad sebagai host, Habib Ja'far sebagai narasumber, serta Boris dan Mongol sebagai bintang tamu. Kode tata letak kamera dan lighting menunjukkan secara jelas produk yang diiklankan.
  - c.) Pada level ideologi, menunjukkan nilai-nilai multikulturalisme, yaitu suatu ideologi atau pandangan yang mengakui perbedaan, mengakui keberagaman, dan menghormati hak orang lain. Ditunjukkan dengan dialog dalam podcast yang penuh dengan kedamaian. Kemudian di sisi lain, dalam konten ini juga menunjukkan adanya ideologi kapitalisme yang ditunjukkan dari adanya praktik komodifikasi di dalamnya.
3. Komodifikasi konten dakwah akun youtube @corbuzier memiliki implikasi terhadap pemahaman penontonnya. Terdapat pemahaman yang distorsi, beberapa penonton lebih memfokuskan konten Login sebagai hiburan, dari pada edukasi.

## B. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Konten dakwah yang disajikan dengan elemen humor menunjukkan kecenderungan untuk lebih mudah diterima oleh mad'u. Katz menekankan bahwa penggunaan media sosial seringkali diarahkan pada tujuan hiburan. Oleh karena itu, ketika mad'u dihadapkan dengan dakwah yang disampaikan dengan humor, mereka tidak hanya merasakan hiburan sesuai keinginan, tetapi juga mampu menangkap pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i.
2. Konten dakwah yang mencakup unsur komodifikasi memiliki potensi untuk memengaruhi pemahaman mad'u. Dikarenakan perbedaan kemampuan dan pengetahuan individu, kapasitas setiap orang dalam merespons informasi baru menjadi beragam. Oleh karena itu, aspek komodifikasi dalam dakwah dapat memperlihatkan dampak yang berbeda tergantung pada karakteristik masing-masing mad'u.
3. Praktik komodifikasi dakwah melalui platform YouTube dapat memberikan pengaruh terhadap kedalaman pesan dakwah yang disampaikan. Adanya komodifikasi cenderung menciptakan penyesuaian dalam beberapa aspek terkait proses dan unsur-unsur dakwah, dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Hal ini mencakup penyesuaian isi materi, durasi waktu, dan gaya penyampaian dakwah. Adapun penyesuaian tersebut dilakukan guna meningkatkan jumlah penonton (*views*) dan mendapatkan keuntungan melalui monetisasi yang menguntungkan.

## C. Saran

Situasi seperti ini tidak perlu menjadi sumber kekhawatiran yang harus terus dipantau secara ketat. Dalam konteks ini, kehadiran dakwah melalui media massa sebenarnya membuat dakwah Islam di masyarakat modern menjadi lebih terfokus dengan memilih media tertentu yang sesuai dengan tipe dan karakteristik masyarakat tertentu. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pendekatan dengan menggunakan media baru guna menjaga keberlangsungan aktivitas dakwah sebagai suatu proses yang menyampaikan pesan-pesan keagamaan, dan bukan semata-mata sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan dari praktik komodifikasi media yang telah disebutkan. Alangkah baiknya jika ada pemisah antara agama dan unsur komoditi dalam berdakwah. Sehingga agama tetap menjadi suatu hal yang sakral dalam diri masing masing manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Hidayat Surya. "KOMODIFIKASI AGAMA DALAM IKLAN TELEVISI RAMADHAN (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TV Ramayana Edisi Ramadhan 2017)." *PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA*, 2019.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: Qiara Media, 2019.
- adoc.pub. "Oleh: Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI - PDF Free Download." Accessed July 8, 2023. <https://adoc.pub/oleh-tim-pusat-humas-kementerian-perdagangan-ri.html>.
- AGAMA BANYAK LARANGAN, MENDING IKUT S3T4N ??#LogIndiCloseTheDoor - EPS. 22, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=Grg9Ot5Fo80>.
- Aisyah, Widya Nurul. "Fleksibilitas Studio Film Pada Akademi Perfilman." *Fakultas Teknik Universitas Brawijaya*, n.d.
- Al Hadar, Husein Ja'far. "Islam Dan Kesalehan." *Kompas*, February 24, 2017. <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/24/15563371/islam.dan.%20Kesalehan?page=all>.
- . "Jihad Kebangsaan." *Jawa Pos*, March 31, 2009. <https://www.jawapos.com/opini/31/03/2019/jihad-kebangsaan/>.
- . "Terima Kasih, Selandia Baru." *Tempo*, March 7, 2019. <https://kolom.tempo.co/read/1189520/terima-kasih-selandia-baru>.
- Aljibrin, Abdullah bin Abdul Aziz. *Cara Mudah Memahami Aqidah; Sesuai Al-Qur'an, As-Sunnah, Dan Pemahaman Salafus Shalih*. Jakarta: Pustaka At-Tazkia, 2007.
- Al-Qaradhawi, Yusuf. *Fiqih Maqashid Syariah*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2007.
- An Nahlawi, Abdurrahman. *Prinsip-Prinsip Dan Metode Pendidikan Islam*. Bandung: CV. Diponegoro, 1989.
- Ananda, I. Made Mardawa Pradnya, Alit Kumala Dewi, and Ida Bagus Ketut Trinawindu. "Desain Thumbnail Video Youtube Guna Meningkatkan Engagement dan View Count Penonton Pada Konten YouTube di RICSNT PRODUCTION." *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL* 4, no. 02 (July 24, 2023): 145–53. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i02.2437>.
- Anendya, Aorinka. "Hashtag: Pengertian, Cara Kerja, Contoh, dan Manfaatnya." *Blog Dewaweb* (blog), October 29, 2023. <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-hashtag/>.
- Aprizal, Rendy. "Top 10 Buku Best Seller Di MOM Literacy Expo." *Mizan*, n.d. <https://www.mizan.com/top-10-buku-best-seller-di-mom-literacy-expo/>.



- Arsi, Andi, and Dan Nilda Miftahul Janna. "Peranan Agama Menghadapi Modernisasi," 2021.
- "Arti Kata Ekspresi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed December 22, 2023. <https://kbbi.web.id/ekspresi>.
- "Arti Kata Histeris - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed December 25, 2023. <https://kbbi.web.id/histeris>.
- "Arti Kata Identifikasi - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online." Accessed December 28, 2023. <https://kbbi.web.id/identifikasi>.
- Asror, Ahidul. *Paradigma dakwah konsepsi dan dasar pengembangan ilmu*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2018. <http://digilib.uinkhas.ac.id/253/>.
- As-Samarqondi, Abu Laist. *Tanbihul Gapilin Bi Ahadisi Sayyidil An-Biyai Wa Al-Mursalin*. Damaskus: Bairut, 2000.
- Atsani, KH Lalu Gede Muhammad Zainuddin. "TRANSFORMASI MEDIA PEMBELAJARAN PADA MASA PANDEMI COVID-19." *al-Hikmah : Jurnal Studi Islam* 1, no. 1 (July 7, 2020): 82–93.
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Azizah, Kurnia. Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.
- Bärtl, Mathias. "YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years." *Convergence* 24, no. 1 (February 1, 2018): 16–32. <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>.
- BHANTE BUDDHA BUAT HABIB RESAH** / #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 15, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=wM2eAKusNaU>.
- BINUS Communication. "4 Jenis Gaya Komunikasi." Accessed December 23, 2023. <https://binus.ac.id/malang/communication/2022/06/21/4-jenis-gaya-komunikasi/>.
- BORIS BERGAMIS BIKIN HISTERIS** / #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 21, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=79cCPNcrvdl>.
- boyd, danah. "Facebook's Privacy Trainwreck: Exposure, Invasion, and Social Convergence." *Convergence* 14, no. 1 (February 1, 2008): 13–20. <https://doi.org/10.1177/1354856507084416>.
- Brasher, Brenda. *Encyclopedia of Fundamentalism: Volume 3 of Religion & Society*. Berkshire Publishing Group, 2001.
- "Current Trends in the Political Economy of Communication - ProQuest." Accessed April 2, 2023. <https://www.proquest.com/openview/d5a8e8c66c0b817cdd96e0c30f26c0c1/1?pq-origsite=gscholar&cbl=646376>.
- "Deddy Corbuzier - YouTube." Accessed September 10, 2023. <https://www.youtube.com/>.

- Djawad, Alimuddin A. "Pesan, Tanda, Dan Makna Dalam Studi Komunikasi." *STILISTIKA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya* 1, no. 1 (April 1, 2016). <https://doi.org/10.33654/sti.v1i1.344>.
- Dwistia, Halen, Meilisa Sajdah, Octa Awaliah, and Nisa Elfina. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 2 (December 26, 2022): 78–93. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>.
- ek. "Istilah LOGIN Menjadi Viral." *noriekata.com* (blog), April 2, 2023. <http://noriekata.com/istilah-login-menjadi-viral/>.
- ENTE MAU ADU DOMBA SESAMA MUSLIM!?!- BUBARIN AJA OM!! 🤔  
#logindiclosethedoor - Habib Jafar, Onad, 2023.  
<https://www.youtube.com/watch?v=qNXb5Cm1V9M>.
- Fakhruroji, Moch. *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Edited by Iqbal Triadi Nugraha. Vol. 1. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017. <https://digilib.uinsgd.ac.id/31509/>.
- Farhan, Farhan, and Faisul Islamiyah. "Komodifikasi Agama Dan Simbol Keagamaan 'Jilbab' Di Media Online Dalam Persepsi Netizen." *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah* 7, no. 1 (March 24, 2019): 51–69.
- Fashara Zahra Diandra, 17220046. "Pesan Dakwah dalam Perspektif Semiotika (Studi pada Video 'Syekh Ali Jaber, Saya Pasrah: Deddy Corbuzier Podcast')," 2021. <http://repository.iiq.ac.id//handle/123456789/1323>.
- Febriani, Suci Ramadhanti, and Ayu Desrani. "PEMETAAN TREN BELAJAR AGAMA MELALUI MEDIA SOSIAL." *Jurnal Perspektif* 14, no. 2 (July 26, 2021): 339–56. <https://doi.org/10.53746/perspektif.v14i2.49>.
- Fianto, Latif, and Fathul Qorib. "Komodifikasi Agama Dan Kepentingan Ekonomi Politik Media Dalam Sinetron Para Pencari Tuhan." *Jurnal Komunikasi Nusantara* 4, no. 1 (June 30, 2022): 140–48. <https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.148>.
- fikriansyah, ilham. "Berapa Pendapatan YouTuber dengan 1.000 Subscribers? Segini Nominalnya." *detikjabar*. Accessed January 2, 2024. <https://www.detik.com/jabar/jabar-gaskeun/d-6176836/berapa-pendapatan-youtuber-dengan-1-000-subscribers-segini-nominalnya>.
- Fimela.com. "Menebak Karakter Seseorang dari Warna Favorit Mustard." *fimela.com*, March 10, 2020. <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4197529/menebak-karakter-seseorang-dari-warna-favorit-mustard>.
- Fiorentina, Desika. "KOMODIFIKASI AGAMA DALAM KONTEN YOUTUBE 'UKHTI MEGA OFFICIAL.'" *Jurnal SUARGA: Studi Keberagamaan Dan Keberagaman* 1, no. 1 (July 29, 2022): 35–44. <https://doi.org/10.24090/suarga.v1i1.6572>.

- Fiske, John. *Television Culture*. Routledge, 2010.
- Fitriyansyah, Alfat Yanuar, and M. Hazri. "Analisis Security Web Login Mahasiswa Menggunakan Algoritma Two-Factor Time-Based One Time Password." *SAINSTECH: JURNAL PENELITIAN DAN PENGKAJIAN SAINS DAN TEKNOLOGI* 30, no. 1 (August 20, 2020).  
<https://doi.org/10.37277/stch.v30i1.725>.
- Habibah, Astrid Faidlatul, and Irwansyah Irwansyah. "Era Masyarakat Informasi Sebagai Dampak Media Baru." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3, no. 2 (July 11, 2021): 350–63.  
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>.
- Hadar, Husein Ja'far Al. *Anakku Dibunuh Israel: Legenda Imad Mugniyah, "Che Guevara" Timur Tengah*. Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika), 2008.  
[https://books.google.co.id/books?id=nBSkEJ00ONMC&pg=PT1&lpg=PT1&dq=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&source=bl&ots=y\\_mi\\_ukXv1&sig=ACfU3U065EAQTE9DjAvpLxuH1afO6e76Jg&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj07d6I4b3wAhUJcCsKHdhKDe0Q6AEwFXoECCEQAg#v=onepage&q=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&f=false](https://books.google.co.id/books?id=nBSkEJ00ONMC&pg=PT1&lpg=PT1&dq=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&source=bl&ots=y_mi_ukXv1&sig=ACfU3U065EAQTE9DjAvpLxuH1afO6e76Jg&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj07d6I4b3wAhUJcCsKHdhKDe0Q6AEwFXoECCEQAg#v=onepage&q=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&f=false).
- . *Menyegarkan Islam Kita*. PT Elex Media Komputindo, 2015.  
<https://books.google.co.id/books?id=Sk5JDwAAQBAJ&pg=PR10&lpg=PR10&dq=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&source=bl&ots=24RDXwiLKe&sig=ACfU3U2lIFfXhMqUWfRpVuB AKWlZGPztIA&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj07d6I4b3wAhUJcCsKHdhKDe0Q6AEwFnoECCIQAg#v=onepage&q=husein%20ja'far%20al%20hadar%20yapi%20Bangil&f=false>.
- Hadhiri, Choiruddin. *Akhlaq Dan Adab Islam*. Jakarta: Qibla, 2015.
- Hadiono, Abdi Fauji, and Fatma Izzatun Nafi'ah. "EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH (Studi Kasus Akun YouTube Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi)." *JKaKa:Jurnal Komunikasi Dan Konseling Islam* 2, no. 1 (January 27, 2022): 1–14. <https://doi.org/10.30739/jkaka.v2i1.1392>.
- Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: CV. Salsabila Putra Pratama, 2013.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Accessed April 1, 2023.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/siber>.
- "Hasil Pencarian - KBBI Daring." Accessed October 9, 2023.  
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/komodifikasi>.
- Hesmondhalgh, David. "Bourdieu, the Media and Cultural Production." *Media, Culture & Society* 28, no. 2 (March 1, 2006): 211–31.  
<https://doi.org/10.1177/0163443706061682>.
- Hidayah, Atin Nurul, and Ageng Widodo. "Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja'far Di YouTube Channel 'Jeda Nulis.'" *Kalijaga*

- Journal of Communication* 3, no. 2 (December 28, 2021): 153–67.  
<https://doi.org/10.14421/kjc.32.05.2021>.
- Himawan, Pratista. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka, 2008.
- Hitti, Philip Khuri. *History of the Arabs: Rujukan induk dan paling otoritatif tentang sejarah peradaban Islam*. Penerbit Serambi, 2005.
- “Husein Ja’far Al Hadar (@husein\_hadar) • Foto dan video Instagram.”  
 Accessed December 27, 2023.  
[https://www.instagram.com/husein\\_hadar/](https://www.instagram.com/husein_hadar/).
- Ikhwan, Saipudin. “COVID-19, MEDIA BARU DAN RITUAL AGAMA ONLINE :”  
*Qawwam : The Leader’s Writing* 3, no. 2 (December 2, 2022): 61–70.  
<https://doi.org/10.32939/qawwam.v3i2.168>.
- “Ilmu Dakwah : Perspektif Komunikasi / Kustadi Suhandang | UPT Perpustakaan IAIN Palangka Raya.” Accessed December 14, 2023. [http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=9423&keywords=Indonesia](http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=9423&keywords=Indonesia), C. N. N. “Youtube Jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga.” teknologi. Accessed April 2, 2023.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220610164924-192-807472/youtube-jadi-raja-media-sosial-di-indonesia-diakses-94-persen-warga>.
- Ismail. *Menjelajah Dunia Islam*. Bandung: Mizan Pustaka, 2000.
- Jannah, Nahria Sakinatul. “Pendeta Yerry Pattinasarany Gereja Mana? Cek Profil dan Biodatanya Lengkap Istri, Anak, Orang Tua - Jatim Network.”  
 Pendeta Yerry Pattinasarany Gereja Mana? Cek Profil dan Biodatanya Lengkap Istri, Anak, Orang Tua - Jatim Network, September 28, 2022.  
<https://www.jatimnetwork.com/hiburan/pr-434944874/pendeta-yerry-pattinasarany-gereja-mana-cek-profil-dan-biodatanya-lengkap-istri-anak-orang-tua>.
- “Jeda Nulis - YouTube.” Accessed December 27, 2023.  
<https://www.youtube.com/>.
- KALI INI HINDU TURUN TANGAN!** #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 28, 2023.  
<https://www.youtube.com/watch?v=pNhfgO4PUdM>.
- Kambali, Kambali, Muslikh Muslikh, Abas Hidayat, and R. Nur Abdurakhman. “Religion in Cyberspace: Islamic Religious Education in Social Media.”  
*Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam* 12, no. 01 (February 24, 2023).  
<https://doi.org/10.30868/ei.v12i01.3886>.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch. “Uses and Gratifications Research.” *The Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (1973): 509–23.
- KENALAN SAMA AGAMA YANG FOLLOWERSNYA PALING SEDIKIT!**  
 #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 29, 2023.  
<https://www.youtube.com/watch?v=5vemVjbTKck>.



- Khairiyani, Endah Saftarina. "YouTube Content Commodification: A Critical Discourse Analysis on Deddy Corbuzier's Channel." *Jurnal Studi Komunikasi* 6, no. 1 (March 20, 2022): 213–34.
- Khoirunnisa. Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.
- Krippendorfs, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Edisi ke-2. Thousand Oaks: Sage Publication, 2006.
- KOMINFO, PDSI. "Direktur IKPM Kominfo: Internet Negatif Ancaman Bagi Pelajar." Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Accessed April 2, 2023. [http://content/detail/32248/direktur-ikpm-kominfo-internet-negatif-ancaman-bagi-pelajar/0/berita\\_satker](http://content/detail/32248/direktur-ikpm-kominfo-internet-negatif-ancaman-bagi-pelajar/0/berita_satker).
- kumparan. "Onadio Leonardo Mimpi Jadi Entertainer Sejak SMA: Apapun Gue Sikat." Accessed December 25, 2023. <https://kumparan.com/kumparanhits/onadio-leonardo-mimpi-jadi-entertainer-sejak-sma-apapun-gue-sikat-1s3Je1by5Pn>.
- Leeuwen, Gunther Kress, Theo van. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. 3rd ed. London: Routledge, 2020. <https://doi.org/10.4324/9781003099857>.
- Liswi, Hayana. "KEBUTUHAN MANUSIA TERHADAP AGAMA." *PENCERAHAN* 12, no. 2 (September 10, 2018): 201–23.
- Lungido Kumoro, Nieko, and Sidiq Setyawan M. I.Kom. "Representasi Sensualitas Karakter Perempuan Dalam Game Online (Analisis Semiotika Tentang Sensualitas Pada Karakter Heroes Perempuan Dalam Game Online DOTA 2)." S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018. <https://eprints.ums.ac.id/58128/>.
- Madden, Thomas J, Kelly Hewett, and Martin S Roth. "Managing Images in Different Cultures: A Cross-National Study of Color Meanings and Preferences," 2000. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jimk.8.4.90.19795>.
- Mahyudi. *Kuliah Akhlak Tasawuf*. Jakarta: Kalam Mulia, 1999.
- Malik, Habibi. "Cyber Religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital." *KOMUNIKA* 4, no. 1 (June 21, 2021): 63–78. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>.
- . "YOUTUBE SEBAGAI GURU AGAMA DI ERA CYBER RELIGION." *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 12, no. 1 (August 4, 2021): 12–26. <https://doi.org/10.32678/adzikra.v12i1.4931>.
- Mani bin Abd Aziz, Al Mani. *Mudzakaroh Al-Daurath al-Tarbawiyah al-Qashirah*. Indonesia: Ma'had al-ulum al-Islamiyyah wa al-Arabiyyah fi Indonesia, 1912H.
- Maryamah. "Gaya Bahasa Dakwah Habibi Ja'far Dalam Tayangan YouTube #LogIndiCloseTheDoor." *Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri*, 2023.



- Mas'ud, Ali. *AKHLAK TASAWUF*. Sidoarjo: CV. Dwiputra Pustaka jaya, 2017.
- "Meme Dan Islam: Simulakra Bahasa Agama Di Media Sosial | Nasrullah | Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies." Accessed April 2, 2023.  
<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/1072/1609>.
- "Metode Dakwah Era Modern." Accessed September 12, 2023.  
[https://nursyamcentre.com/artikel/riset\\_agama/metode\\_dakwah\\_era\\_modern](https://nursyamcentre.com/artikel/riset_agama/metode_dakwah_era_modern).
- Moeleong, R. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.
- Moh Ali Aziz. *ILMU DAKWAH*. PT Fajar Interpratama Mandiri, 2017.
- Morissan, Andy Corry Wardhani, and Farid Hamid. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: GHALIA INDONESIA, 2017.
- Mosco, Vincent. "The Political Economy of Communication." *Sage Publication*, 2009, 1–280.
- Mujiati, Nanik, Muhammad Munir, and Ivan Sunata. "Persuasi Dakwah Youtube Pada Mahasiswa Islam Di Kota Surabaya Selama Pandemi." *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab Dan Dakwah* 3, no. 1 (June 24, 2021): 46–57. <https://doi.org/10.32939/ishlah.v3i1.61>.
- Mulya, Ari Primadana. "THE REPRESENTATION OF MARXISM CHARACTERISTIC IN IN TIME FILM." *E-proceeding of Management*, 2020.
- Mulyanto, Agus, and Isnaeni Ina Nur Aina. "Penggunaan Ragam Bahasa Indonesia Pada Judul-Judul Podcast Youtube Deddy Corbuzier." *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra* 16, no. 2 (July 31, 2023): 319–32. <https://doi.org/10.30651/st.v16i2.18530>.
- Munir, Muhammad, and Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Munsi, Abdul Kadir. *Metode Diskusi Dalam Dakwah*. Surabaya: Al-Ikhlas, 1981.
- Murfianti, Fitri. "Komodifikasi Dakwah Dalam Religiainment Di Stasiun Televisi Indonesia." *Jurnal ISI* 3 (June 1, 2012).
- Mustofa, A. *Akhlaq Tasawuf*. Jakarta: Pustaka Setia, 1999.
- Nafisah, Khirzatun. "Pengaruh Cyber Religion Dalam Dakwah Milenial Terhadap Perilaku Keagamaan Viewers Channel Youtube Caknun.Com." Skripsi, IAIN KUDUS, 2022. <http://repository.iainkudus.ac.id/7797/>.
- Nashir, Muhammad. "Dakwah Islam Masa Daulah Abbasiyah." *Jurnal Komunikasi Islam* 2, no. 2 (December 12, 2012): 154–74.  
<https://doi.org/10.15642/jki.2012.2.2.154-174>.
- Nata, Abudin. *Ahlak Tasawuf*. Jakarta: Raja, 2003.
- Ningsih, Widia, Rokibullah Rokibullah, and Anel Nailul Muna. "Analysis Of Habib Jafar's Da'wah Message In Login Program At Youtube Chanel Deddy Corbuzier." *Journal Transnational Universal Studies* 1, no. 3 (May 19, 2023): 133–40. <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i3.29>.

- Nisa, Eva F. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (February 14, 2018): 68–99.  
<https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>.
- NU Online. "Agus Sunyoto: Simbol Bulan Bintang Sudah Dipakai Umat Islam Sejak Lama." Accessed December 20, 2023.  
<https://nu.or.id/nasional/agus-sunyoto-simbol-bulan-bintang-sudah-dipakai-umat-islam-sejak-lama-Adt3Q>.
- nu.or.id. "Al-Quran Online Ali 'Imran Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online." Accessed December 28, 2023.  
<https://quran.nu.or.id/ali%20'imran/104>.
- nu.or.id. "Al-Quran Online An-Nahl Terjemah dan Tafsir Bahasa Indonesia | NU Online." Accessed December 28, 2023. <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>.
- Nurdin, Ali. *Penelitian Teks Media*. Surabaya: Revka Prima Media, 2021.
- Nurhalizah, Mevi Eka. "Komodifikasi Agama Dalam Praktik Poligami." Accessed September 13, 2023.  
[https://nursyamcentre.com/artikel/riset\\_sosial/komodifikasi\\_agama\\_dalam\\_praktik\\_poligami\\_](https://nursyamcentre.com/artikel/riset_sosial/komodifikasi_agama_dalam_praktik_poligami_).
- Obadia, Lionel. "Cyber-Religion." In *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social Theory*, 1–3. John Wiley & Sons, Ltd, 2017.  
<https://doi.org/10.1002/9781118430873.est0081>.
- "Orde Media: Kajian Televisi Dan Media Di Indonesia Pasca-Orde Baru – INSISTPress." Accessed December 29, 2023.  
<https://insistpress.com/katalog/orde-media-kajian-televisi-dan-media-di-indonesia-pasca-orde-baru/>.
- Pariutari, I. Dewa Ayu Mila, I. Komang Gerry Ardyastika, Putu Gede Praja Dipa Putra, and M. Hum Dr. Drs I Nyoman Muliana. "The Influence of Digitalization pada Pendidikan Karakter di Era Generasi Z dalam Society 5.0." *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR) 2* (July 25, 2022): 494–504.
- "Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif Repository of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang." Accessed June 12, 2023.  
<http://repository.uin-malang.ac.id/1984/>.
- "Pengakuan Onadio Leonardo Hampir Mualaf Karena Habib Jafar: Gak Mau Ketemu Dia Lagi, Gue Takut Masuk Islam - Hops ID." Accessed April 2, 2023. <https://www.hops.id/hot/2947655892/pengakuan-onadio-leonardo-hampir-mualaf-karena-habib-jafar-gak-mau-ketemu-dia-lagi-gue-takut-masuk-islam>.
- "Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Dakwah Islam Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM) | Sinkron : Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika." Accessed November 15, 2023.  
<https://polgan.ac.id/jurnal/index.php/sinkron/article/view/150>.

“Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z: Penyampaian Dakwah Islam Di Media Sosial Bagi Generasi Z.” *Al-INSAN Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (November 30, 2022): 1–14.

Poejawijatna. *Etika Filsafat Tingkah Laku*. Jakarta: Bumi Aksara, 1984.

Pradesa, Dedy, and Yunda Presti Ardilla. “Komodifikasi dan Efek Eksternalitas Program Dakwahtainment Islam Itu Indah.” *INTELEKSIA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 2, no. 1 (August 24, 2020): 81–106. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v2i1.85>.

Prakoso, Jatayu Hadi. “MEDIA SEBAGAI ALAT UNTUK KOMUNIKASI PERSPEKTIF EKONOMI POLITIK VINCENT MOSCOW DIKOMODIFIKASI OLEH MEDIA.” *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 7, no. 2 (May 5, 2022): 144–57. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v7i2.1829>.

Prasetya, Fandi, Sandra Sukma Embuningtiyas, and Dicky Andriyanto. “YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DI INDONESIA.” *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)* 5, no. 2 (November 30, 2022): 192–202. <https://doi.org/10.37792/jukanti.v5i2.600>.

Pratama, Fatsansyah Abimas. “Supangat, M.Kom.,ITIL.,COBIT.” n.d.

Primayudha, Novrizal, Anwar Subkiman, and Bambang Arief. “FUNGSI DAN MAKNA WARNA PADA DESAIN INTERIOR TOKO BERTEMA ANAK.” *Jurnal Strategi Desain Dan Inovasi Sosial* 2, no. 1 (October 2020). <https://ojs.uph.edu/index.php/JSDIS/article/view/2346>.

Pulido, Alfonso, Dorian Stone, and John Strevel. “The Three Cs of Customer Satisfaction: Consistency, Consistency, Consistency | McKinsey.” Accessed December 25, 2023. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-three-cs-of-customer-satisfaction-consistency-consistency-consistency>.

Putra, Wayan Eka Jaya, I. Nyoman Artayasa, and I. Gede Mugi Raharja. “Kesatuan Dan Warna Pada Elemen Interior Gaya Gotik Dan Arsitektur Bali Pada Gereja Katolik Roh Kudus Katedral Denpasar.” *Prabangkara : Jurnal Seni Rupa Dan Desain* 21, no. 2 (November 17, 2017). <https://jurnal.isi-dps.ac.id/index.php/prabangkara/article/view/226>.

QS. *Al-Anbiya'*: 107, n.d.

QS. *Al-Baqarah*: 173, n.d.

QS. *Al-Baqarah*: 208, n.d.

QS. *Al-Baqarah*: 216, n.d.

QS. *Al-Hujurat*: 12, n.d.

QS. *Al-Hujurat*: 13, n.d.

QS. *Al-Kafirun*: 4-6, n.d.

QS. *An-Nahl*: 125, n.d.

QS. *An-Nisa'*:59, n.d.

QS. *An-Nisa'*:136, n.d.

- QS. Az-Zariyat: 56, n.d.
- "Qur'an Kemenag." Accessed June 4, 2023. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- Rahma, Farida Nur, and Mada Wijaya Kusumah. "YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Analisis Konten Dakwah Channel Muslimah Media Center 15-30 Juni 2020)." Preprint. Open Science Framework, January 13, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/m5ub8>.
- Riwu, Asnat, and Tri Pujiati. "Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara." *Deiksis* 10, no. 03 (December 17, 2018): 212–23. <https://doi.org/10.30998/deiksis.v10i03.2809>.
- Rohman, Angga Nur, Dicky Nur Rahman, and Luluk Fikri Zuhriyah. "Pesan Dakwah Pada Akun Instagram @angger\_sy Analisis: Semiotika John Fiske." *Journal of Islamic Communication Studies* 1, no. 1 (January 20, 2023): 80–98. <https://doi.org/10.15642/jicos.2023.1.1.80-98>.
- ROMO DATANG, ONAD PUN MENANG **!YAKIN ?!** #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 26, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=9EtDR6R4ZDg>.
- Saefulloh, Aris. "Cyberdakwah sebagai Media Alternatif Dakwah." *Islamica: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (September 3, 2012): 138–60. <https://doi.org/10.15642/islamica.2012.7.1.138-160>.
- Saifuddin Anshari, Endang. *Wawasan Islam*. Jakarta: Rajawali, 1996.
- Saleh, Yudi Rachman, Insi Farisa Arya, and Irvan Afriandi. "Film yang Efektif Sebagai Media Promosi Kesehatan bagi Masyarakat." *Jurnal Sistem Kesehatan* 2, no. 2 (December 1, 2016). <https://doi.org/10.24198/jsk.v2i2.11245>.
- Salinan Arsip, n.d. [https://pddikti.kemdikbud.go.id/data\\_mahasiswa/RkFFNDhEMOQtMkE0MC00ODIGLUJFMUuQTkyQTZCMDg4Nki0](https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_mahasiswa/RkFFNDhEMOQtMkE0MC00ODIGLUJFMUuQTkyQTZCMDg4Nki0).
- Saudi, Yusron. "Media dan Komodifikasi Dakwah." *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 2, no. 1 (September 6, 2018): 37. <https://doi.org/10.31764/jail.v2i1.537>.
- Shihab, M. Quraish. "Membumikan" *Al-Quran: Fungsi dan Peran Wahyu dalam Kehidupan Masyarakat*. Mizan Pustaka, 2007.
- Sholeh, A. "Pemahaman Konsep Tasamuh (Toleransi) Siswa Dalam Ajaran Islam Repository of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang." Accessed December 28, 2023. <http://repository.uin-malang.ac.id/10693/>.
- Sholeh, Ismail. Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.
- "Siapa Onad? Ini Profil, Biodata, Agama, Umur, Pekerjaan, Hingga Isu Istri Hamil Dulu dan Nikah Beda Agama - Mengerti." Accessed December 11, 2023. <https://www.mengerti.id/sosok/pr-6646718764/siapa-onad-ini>



profil-biodata-agama-umur-pekerjaan-hingga-isu-istri-hamil-duluan-dan-nikah-beda-agama.

- Siregar, Muhammad Habib. *Fikih: Universalisasi Nilai Kepatutan Dalam Rasionalitas Dan Moralitas Hukum*. Depok: Prenada Media Group, 2017.
- Soraya, Soraya, and Mualimin Mualimin. "Tolerance Discourse In Interfaith Dialogue In Habib Husein Ja'far Al Hadar's Youtube Channel 'Jeda Nulis'." *Syams: Jurnal Kajian Keislaman* 3, no. 2 (2022): 160–81. <https://doi.org/10.23971/js.v3i2.5862>.
- Suatin, Ricka Milla, and Dwi Susanti. "SPIRITUALIZING TECHNOLOGY: OPEN DIALOGUE ACROSS FAITHS IN 'LOG IN' ON CLOSE THE DOOR DEDDY CORBUZIER'S YOUTUBE CHANNEL" 5, no. 3 (n.d.).
- Subandi, Zera Edenzwo, and Teguh Priyo Sadono. "KOMODIFIKASI, SPASIALISASI, DAN STRUKTURASI DALAM MEDIA BARU DI INDONESIA (Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco Pada Line Webtoon)." *National Conference of Creative Industry*, no. 0 (September 14, 2018). <https://doi.org/10.30813/ncci.v0i0.1297>.
- Suharyanto, Agung. "Surat Kabar Sebagai Salah Satu Media Penyampaian Informasi Politik Pada Partisipasi Politik Masyarakat." *Jurnal Administrasi Publik (Public Administration Journal)* 6, no. 2 (December 19, 2016): 123–36. <https://doi.org/10.31289/jap.v6i2.1051>.
- Suhendi, Dendi. *Fiqh Mu'amalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindi Persada, 2002.
- Sujianto. Wawancara Penonton Konten Login Episode 21-22, Desember 2023.
- Supriatna, Cecep, and Sri Handayani. "UNGKAPAN BENTUK DAN MAKNA FILOSOFI DALAM KAIDAH ARSITEKTUR RUMAH TRADISIONAL MINANGKABAU, PADANG, INDONESIA." *Jurnal Arsitektur ZONASI* 4, no. 2 (June 15, 2021): 307–16. <https://doi.org/10.17509/jaz.v4i2.32964>.
- Surahman, Sigit, Annisarizki Annisarizki, and Rully Rully. "Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman\_al\_jugawjy." *Nyimak: Journal of Communication* 3, no. 1 (April 2, 2019): 15–29. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1208>.
- "Surat Ali 'Imran Ayat 110 Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir | Baca Di TafsirWeb." Accessed September 13, 2023. <https://tafsirweb.com/1242-surat-ali-imran-ayat-110.html>.
- Suryawati, Indah, and Udi Rusadi. "ETNOGRAFI VIRTUAL KOMODIFIKASI DA'WAH USTADZ DI CHANNEL YOUTUBE." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 5, no. 2 (December 31, 2021): 111–28. <https://doi.org/10.24853/pk.5.2.111-128>.
- Suwatno. "TRANSFORMASI DIGITAL MENUJU ERA DIGITAL SOCIETY SEBAGAI AKSELERASI KEBANGKITAN EKONOMI NASIONAL – BERITA UPI." Accessed September 5, 2023. <http://berita.upi.edu/transformasi->



digital-menuju-era-digital-society-sebagai-akselerasi-kebangkitan-ekonomi-nasional/.

Syafaruddin, Khairul, and Ni'matul Mahfiroh. "KOMODIFIKASI NILAI ISLAM DALAM FASHION MUSLIM DI INSTAGRAM." *Profetika: Jurnal Studi Islam* 21, no. 1 (July 21, 2020): 8–16.

<https://doi.org/10.23917/profetika.v21i1.11644>.

Syaifudin Anshari, Endang. *Wawasan Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 1993.

Syam, Nur. "Konsepsi Ferdinand de Saussure: Sosiolinguistik Untuk Kajian Agama." Accessed September 13, 2023.

[https://nursyamcentre.com/artikel/kelas\\_metode\\_penelitian/konsepsi\\_ferdinand\\_de\\_saussure\\_sosiolinguistik\\_untuk\\_kajian\\_agama\\_](https://nursyamcentre.com/artikel/kelas_metode_penelitian/konsepsi_ferdinand_de_saussure_sosiolinguistik_untuk_kajian_agama_).

TIGA AGAMA DUDUK BARENG, ADU DEBAT ?! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 13, 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=V1dO-RN-K3o>.

Tinarbuko, Sumbo. *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)*. Media Pressindo, 2015.

Trisakti, Febby Amelia. "Cyber-Da'wah: Narasi Konten Video Sebagai Metode Dakwah Non-Ulama Pada Media Sosial Tiktok." *Idarotuna* 3, no. 3 (October 31, 2021): 258–71.

<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v3i3.16645>.

Umar, Aswad Hatta. "Studi Kualitatif Praktek Cyber Religion Pada Followers Akun Media sosial Instagram & Tiktok @basyaman00 & @hanan\_attaki\_ Tahun 2022." *Naskah Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*, 2022. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/18063/>.

Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan.

"PODCAST SEBAGAI STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL: ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN." *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 12, no. 2 (December 24, 2020): 210–34.

<https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.

Zakariya Muhyiddin Yahya Bin Syarifi An-Nawawi, Abu. *Riyadu Al-Salihin*. Lebanon: Bairut, 1998.

Zaman, Akhmad Roja Badrus. "KOMODIFIKASI KONTEN DAKWAH HABIB HUSEIN JAFAR AL-HADAR DI YOUTUBE: EKSPRESI KESALEHAN DAN WACANA BARU DALAM KONTESTASI KEAGAMAAN DI ERA KONTEMPORER."

*PROCEEDINGS ICIS 2021* 1, no. 1 (January 3, 2022). <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/icis/article/view/12688>.

Ziyadi, Ahsan. "PENTINGNYA PENGENALAN PELAJARAN NORMA MELALUI STRATEGI PEMBELAJARAN MENYENANGKAN DENGAN HUMOR," 280–83. Medan, 2017. <http://semnasfis.unimed.ac.id/wp-content/uploads/2017/06/PENTINGNYA-PENGENALAN-PELAJARAN-NORMA-MELALUI-STRATEGI-PEMBELAJARAN-MENYENANGKAN-DENGAN-HUMOR.pdf>.

Zulfa, Adin Fahima. "Camera Movement, Camera Angle, Dan Shot Size, Dalam Membangun Jumpscare Film "The Conjuring II"," 2019.  
<http://digilib.isi.ac.id/4226/>.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PASCASARJANA**

Jl. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. (031) 8410298 Fax. (031) 8413300

E-Mail: [pasca@uinsa.ac.id](mailto:pasca@uinsa.ac.id) Website: <https://uinsa.ac.id/pascasarjana>

**SURAT KETERANGAN BEBAS PINJAM**  
Nomor: B-149/Un.07/11/DIR/WADIR/BP/08/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : ARINI FAHMA QONA'ATI  
**NIM** : 02040722007  
**Program Studi** : Magister Komunikasi Penyiaran Islam

benar-benar anggota Perpustakaan Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya, dan saat dikeluarkan surat keterangan ini, yang bersangkutan sudah *tidak memiliki pinjaman bahan pustaka* di Perpustakaan Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 28 Agustus 2024

A.n. Direktur

Wakil Direktur



**Dr. H. Hammis Syafaq, M.Fil.I.**

**NIP. 197510162002121001**

Keterangan:

Mohon Surat Keterangan Bebas Pinjam ini disimpan untuk pengambilan Ijazah