

**TANTANGAN DAN STRATEGI DAKWAH UNTUK PEMUDA
(ANALISIS ISI KONTEN YOUTUBE KULTUM PEMUDA
TERSESAT)**

SKRIPSI (ARTIKEL JURNAL)



Oleh :
LULUS RAHNI AYU WARDANI

12305173079

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
JANUARI 2022**

**TANTANGAN DAN STRATEGI DAKWAH UNTUK PEMUDA
(ANALISIS ISI KONTEN YOUTUBE KULTUM PEMUDA
TERSESAT)**

SKRIPSI (ARTIKEL JURNAL)

**Ditujukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah Institut Agama
Islam Negeri Tulungagung Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Sarjana Sosial (S.Sos)**



Oleh :

LULUS RAHNI AYU WARDANI

12305173079

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
JANUARI 2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lulus Rahni Ayu Wardani
NIM : 12305173079
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Dosen Pembimbing : Sukma Ari Ragil Putri, M.I.Kom

Menyatakan bahwa jurnal skripsi yang berjudul **TANTANGAN DAN STRATEGI DAKWAH UNTUK PEMUDA (ANALISIS ISI KONTEN YOUTUBE KULTUM PEMUDA TERSESAT)** tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi manapun tanpa mencantumkan sumber. Jurnal skripsi ini juga atas sepengetahuan saya tidak memuat bahan-bahan yang sebelumnya telah dipublikasikan atau ditulis oleh siapapun tanpa mencantumkan sumber di dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya dan penuh rasa tanggung jawab.

Tulungagung, Agustus 2021

Penulis,



Lulus Rahni Ayu W.

NIM. 12305173079

LEMBAR PERSETUJUAN

Jurnal Skripsi dengan Judul

**TANTANGAN DAN STRATEGI DAKWAH UNTUK PEMUDA (ANALISIS ISI
KONTEN YOUTUBE KULTUM PEMUDA TERSESAT)**

Yang disusun oleh : Lulus Rahni Ayu Wardani

Nama Mahasiswa : Lulus Rahni Ayu Wardani

NIM : 12305173079

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disetujui untuk diajukan dalam ujian/sidang jurnal skripsi.

Tulungagung, Agustus 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Luthfi Ulfa Ni'amah, M.Kom.I
NIP. 198610152015032004

Dosen Pembimbing



Sukma Ari Ragil Putri, M.I.Kom
NIP. 199003232018012001

LEMBAR PENGESAHAN



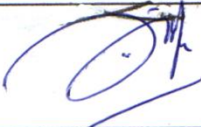
Tantangan dan Strategi Dakwah untuk Pemuda (Analisis Isi Konten Youtube Kultur Pemuda Tersesat)
Skripsi (Artikel Jurnal)

Disusun Oleh:

Lulus Rahni Ayu Wardani

NIM. 12305173079

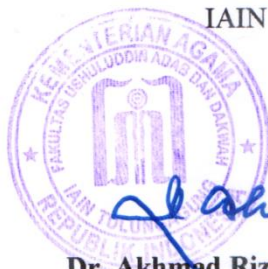
Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal 29 Juli 2021 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Sosial (S.Sos)

Dewan Penguji Skripsi	Tanda Tangan
Penguji Utama <u>Dr. Ngainun Naim, M.H.I.</u> NIP. 197507192003121002	
Ketua Penguji <u>Dr. Rizqa Ahmadi, Lc., Ma.</u> NIP. 198706112015031004	
Sekretaris Penguji <u>Sukma Ari Ragil Putri, M.I.Kom</u> NIP. 199003232018012001	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

IAIN Tulungagung



Dr. Akhmad Rizqon Khamami, Lc., MA.

NIP. 197408292008011066



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
UPT PUSAT PERPUSTAKAAN

Jalan Mayor Sujadi Timur 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221

Telepon (0355) 321513 Fax. (0355) 321656

Website: <http://iain-tulungagung.ac.id>

SURAT PERNYATAAN KETERSEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LULUS RAHNI AYU WARDANI.....

NIM : 12305173079.....

Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM.....

Fakultas : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH.....

Jenis Karya Ilmiah : SKRIPSI JURNAL.....

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) kepada Pusat Perpustakaan IAIN Tulungagung atas karya ilmiah saya berupa skripsi yang berjudul:

TANTANGAN DAN STRATEGI DAKWAH UNTUK PEMUDA (ANALISIS ISI KONTEN YOUTUBE KULTUM PEMUDA TERJESAT)..

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Pusat Perpustakaan IAIN Tulungagung berhak menyimpan, alih media/formal, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Tulungagung, 31 JANUARI 2022

Yang menyatakan,



LULUS RAHNI AYU W.

Abstract

Da'wah words has means calling. "The call" here is understood as an invitation to all humans to be in goodness. Da'i has free way to choose which methods, strategies, and media he will use to target his honey or audience. Such as the use of mass media as a medium of da'wah. The most popular mass media today is Youtube. One of the da'wah content that can be found on Youtube is "Kultum Pemuda Tersesat ". The unique feature of this da'wah is the critical and intriguing questions that posed by mad'u or his audience. The da'wah is interesting because it embraces youth who seem to be marginalized from the light of da'wah. The researcher uses the content analysis method with the aim of exploring the challenges and strategies used in da'wah activities. The use of these challenges and strategies maybe will become effective solutions to be applied with mad'u of the same category in other places.

Keywords: da'wah, strategy, youtube, pemuda tersesat.

Abstrak

Dakwah memiliki arti menyeru atau memanggil. Seruan disini dipahami sebagai ajakan kepada seluruh manusia untuk berada dalam kebaikan. Pendakwah bebas memilih metode, strategi, dan media mana yang akan ia gunakan untuk menysasar mad'u atau audience-nya. Seperti pemanfaatan media massa sebagai media dakwah. Media massa yang populer saat ini adalah Youtube. Salah satu konten dakwah yang dapat ditemui di Youtube adalah "Kultum Pemuda Tersesat". Ciri unik dari dakwah ini adalah pertanyaan kritis dan menggelitik yang diajukan oleh mad'u atau audiensnya. Dakwah yang dilakukan menarik untuk dikaji karena ia merangkul pemuda yang seakan termarginalkan dari sinaran dakwah. Peneliti menggunakan metode analisis isi dengan tujuan menggali tantangan dan strategi yang digunakan dalam kegiatan dakwah. Penggunaan tantangan dan strategi tersebut nantinya menjadi solusi efektif untuk diterapkan dengan mad'u berkategori sama di tempat yang lain.

Kata Kunci: dakwah, strategi, youtube, pemuda tersesat.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN COVER	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN KETERSEDIAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
PENDAHULUAN.....	1
TINJAUAN TEORITIS.....	2
METODE PENELITIAN	7
OPERASIONALISASI VARIABEL.....	7
HASIL PENELITIAN	9
PEMBAHASAN.	11
KESIMPULAN.....	14
DAFTAR PUSTAKA	15

A. Pendahuluan

Nabi Muhammad SAW menyebarkan ajaran Islam dengan berdakwah. Dakwah yang dilakukan oleh Nabi Muhammad menimbulkan pertentangan sengit dari warga Mekkah. Kendati demikian nabi selalu memperhatikan unsur-unsur dakwah seperti metode, *mad'u*, dan strategi yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan bisa diterima oleh *mad'unya*. Perintah untuk dakwah ini juga sudah diterangkan dalam QS An-Nahl Ayat 125¹ yang berbunyi :

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

Artinya : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”

Dalam bidang keilmuan, dakwah memiliki arti menyeru atau memanggil². Seruan disini dipahami sebagai ajakan kepada seluruh manusia untuk berada dalam kebaikan dan berjuang demi agama Allah. Islam mengajarkan untuk selalu mengajak manusia menuju kebaikan dan menjauhi segala jenis keburukan. Ajaran inilah yang kemudian dikembangkan hingga saat ini dan memunculkan cara-cara baru dalam berdakwah kendati pesan yang diusung akan tetap sama.

Berkaitan dengan cara atau metode dakwah, dalam Islam metode dakwah ini sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an yakni dalam Q.S An-Nahl ayat 125³. Metode dakwah yang dijelaskan meliputi dakwah dengan cara lisan, tulisan, dan perbuatan. Metode-metode baru yang ada saat ini merupakan pengembangan dari metode yang telah dijelaskan dalam Al Qur'an. Seorang pendakwah bebas untuk memilih metode mana yang akan ia gunakan untuk menyasar *mad'u* atau *audience*-nya.

Dai atau pendakwah juga dibebaskan untuk memilih media yang ia gunakan untuk berdakwah. Media dakwah atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah bisa berupa non media massa dan media massa⁴. Pendakwah bebas menggunakan media, metode ataupun strategi apa saja agar ajakannya kepada kebaikan bisa benar-benar sampai kepada *audience*-nya. Terkait media dakwah, media yang saat ini banyak digunakan adalah media massa. Media massa yang populer saat ini adalah media sosial.

¹ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 17.

² Wahyu Ilaihi, *Pengantar Sejarah Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2018), 1

³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Solo: Tiga Serangkai, 2004), 125.

⁴ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Penerbit Amzah Ilmu Dakwah, 2009), 113.

Menurut data yang dilansir dari DataReportal⁵, pengguna internet di Indonesia mencapai angka 202,6 juta dan pengguna aktif media sosial sebanyak 170 juta pada Januari 2021. Menurut data dari Hootsuite⁶ sosial media yang paling sering digunakan diantaranya adalah youtube dengan penetrasi sebesar 93%. Artinya Youtube merupakan media sosial yang paling diminati dan banyak digunakan di Indonesia. Menurut data dari *website* Kata Data dilansir dari We Are Social⁷, Youtube cukup populer di kalangan muda mudi dewasa. Pengguna terbanyaknya berkisar dari usia 18 hingga 29 tahun dengan persentase 94%.

Platform yang sangat besar ini tentu bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Youtube bisa menjadi media dakwah yang cukup efektif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya. Seperti yang dijelaskan Zakiah Daradjat bahwa dakwah merupakan aktivitas yang memiliki tujuan untuk membawa peningkatan pada orang yang menjadi sasaran dakwah⁸. Peningkatan ini meliputi peningkatan kualitas akhlak, akidah, dan ibadah yang tinggi.

Salah satu konten dakwah yang juga dapat ditemui di Youtube adalah konten “Kultum Pemuda Tersesat”. Konten kultum tersebut tayang di dua kanal Youtube, yakni di kanal milik Majelis Lucu Indonesia dan Jeda Nulis. Acara yang dipandu oleh Tretan Muslim, Habib Ja’far Husein dan Coki Pardede. Kiprah Tretan Muslim dan Coki Pardede sendiri sudah lama di dunia hiburan. Mereka berawal dari *stand up comedy* yang tayang di Kompas TV. Sedangkan Habib Ja’far sendiri memiliki *background* sebagai penulis. Acara kultum ini sukses mendapat ratusan ribu penonton tiap penayangannya. Terbukti dengan konten youtubanya yang hanya dalam waktu dua tahun saja mendapat 1,85juta *subscriber* (Majelis Lucu Indonesia) dan 521ribu *subscriber* (Jeda Nulis).

Ciri khas yang unik yang merupakan strategi khusus dari dakwah ini adalah pertanyaan yang kritis dan menggelitik yang diajukan oleh *mad’u* atau audiensnya. Dalam konten ini *mad’u* disebut sebagai pemuda tersesat yang mewakili judul konten. Pertanyaan yang diajukan di kajian ini mungkin terdengar tabu dan dianggap tidak penting jika ditanyakan di kajian konvensional. Dalam konten pertanyaan yang diajukan biasa disebut sebagai pertanyaan yang mencurangi agama. Akan tetapi pertanyaan yang diajukan oleh pemuda tersesat ini ditanggapi dengan baik dan dijawab dengan sebaik-baiknya oleh da’i.

Habib Ja’far Husein yang berperan sebagai *da’i* nantinya akan menjawab pertanyaan yang dilontarkan oleh *mad’u* nya atau dalam acara ini disebut pemuda tersesat. Hal menarik dari dakwah ini adalah menyediakan konten bagi pemuda yang termarjinalkan karena

⁵ DIGITAL 2021: INDONESIA dalam <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>, Diakses 2 April 2021.

⁶ How long do Indonesians access the internet and social media every day? dalam <https://netral.news/en/how-long-do-indonesians-access-the-internet-and-social-media-every-day-all-pages.html>. Diakses 20 April 2021.

⁷ 94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>. Diakses pada 20 April 2021.

⁸ Zakiyah Daradjat, *Ilmu Jiwa* (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), 29.

ketidaktahuannya akan agama. Dakwah yang dibawa berusaha merangkul mereka agar mendapat sinaran dakwah. Kendati dikemas dengan cara komedi, pesan-pesan yang disampaikan sangat kental dengan nilai-nilai Islam dan meluruskan pemahaman *mad'unya*. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti ingin mengetahui tantangan dan strategi yang digunakan dalam penyampaian dakwahnya.

B. Tinjauan Teoritis

1. Media Baru

Perkembangan media komunikasi tumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan kini hadir di tengah masyarakat dunia sebagai media baru. Media baru menurut Dennis McQuail merupakan sebuah perangkat teknologi komunikasi dengan bermacam ciri yang sama. Perangkat tersebut dimungkinkan dengan adanya digitalisasi dan ketersediannya yang masif untuk digunakan secara pribadi sebagai media komunikasi⁹.

Media baru memungkinkan membawa perubahan yang besar yang mengarah pada sifat otonom dan kesetaraan. Perubahan utama yang muncul dari media baru adalah adanya¹⁰;

- a. Digitalisasi dan konvergensi dari segala aspek media. Artinya media baru memungkinkan terjadinya perubahan semua aspek media ke dalam bentuk digital. Hal berbeda dari media lama adalah penggabungan beberapa media untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam media baru, tujuan yang ingin dicapai adalah aspek cepat dan instan.
- b. Konektivitas dan interaksi jaringan yang semakin meningkat. Perbedaan media baru dan media massa konvensional adalah pada kecepatan jaringan. Misalnya, sebuah pesan bisa disampaikan ke seluruh dunia hanya dalam hitungan detik.
- c. Delokasi dan mobilitas untuk mengirim dan menerima pesan. Dibandingkan dengan media massa konvensional, media baru bisa digunakan dua arah. Tidak seperti media massa konvensional yang penggunaannya hanya bisa menerima pesan. Pengguna media baru bisa mengirim dan menanggapi pesan.
- d. Adaptasi terhadap peranan publik dan khalayak. Perbedaan lain dari media massa baru dan konvensional adalah aspek pengaburan antara peran publik dan khalayak. Dalam media baru siapa saja bisa menjadi peran publik dan khalayak pada saat yang sama.
- e. Munculnya berbagai bentuk baru "*gateway*" media. Media baru memunculkan penghubung antara media satu dan media lainnya. Hal ini membuat media baru dapat digunakan untuk berbagai hal sekaligus.
- f. Pemisahan serta pengaburan dari lembaga media. Media baru cenderung berdiri sendiri dan memisahkan diri dari lembaga media

⁹ Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6*, (Jakarta: Salemba Humanika 2010), 152.

¹⁰ *Ibid.*, 157.

mainstream. Hal ini didasarkan oleh aspek seperti penonton konten dan aturan penayangan.

McQuail menjelaskan ciri untuk membedakan media baru dan media lama berdasarkan perspektif pengguna. Berikut adalah ciri media baru menurut McQuail;

- a. Memungkinkan adanya interaktivitas yang intens. Pengguna media baru bisa saling berkirim pesan dan komunikasi dengan media massa dapat berlaku dua arah.
- b. Pengguna memungkinkan mengalami kehadiran sosial yang berarti dapat berkontak dengan orang lain menggunakan media baru. Contohnya seperti penggunaan *video call group*, dimana banyak pengguna bisa berkumpul di satu tempat dan satu waktu untuk berinteraksi.
- c. Media bersifat otonom atau pengguna dapat mengendalikan konten dan menggunakannya secara mandiri. Artinya pengguna dapat mengendalikan konten mana yang ingin mereka lihat. Orang lain tidak dapat mempengaruhi pilihan yang dibuat pengguna.
- d. Media bisa menjadi sarana hiburan. Bukan hanya sebagai sarana edukasi dan penyampaian pesan yang bersifat publik, media baru menyajikan konten-konten yang sifatnya menghibur.
- e. Pengguna memiliki privasi. Artinya hanya pengguna yang bisa melihat konten apa saja yang mereka lihat di media baru.
- f. Konten dan pengguna sifatnya personal. Dalam media baru terdapat akun, akun tersebut bersifat perseorangan yang mewakili pengguna.

McQuail berpendapat bahwa media bukan hanya sekadar teknologi terapan untuk menyiarkan berbagai konten yang bersifat simbolik ataupun sebagai penghubung partisipan dalam sebuah diskusi. Media merupakan perlambang dari hubungan sosial yang berinteraksi dengan karakter dari teknologi baru¹¹. Dalam konten youtube “Kultum Pemuda Tersesat” media baru difungsikan sebagai sarana dakwah. Interaksi antara komunikator dan audiens serta dapat berlaku dua arah karena adanya kolom komentar, hal ini membuktikan bahwa media baru berfungsi sebagai penghubung.

2. Tantangan Dakwah

Tantangan dakwah dimaknai sebagai rintangan atau hambatan yang mungkin muncul dalam proses dakwah dan harus dihadapi¹². Kemunculan tantangan dalam dakwah berbeda-beda tergantung *mad'u* yang dihadapi. Tantangan untuk *mad'u* berusia kanak-kanak dan remaja pasti berbeda. Berikut adalah tantangan atau problematika yang mungkin muncul dalam dakwah¹³:

¹¹ *Ibid.*, 151.

¹² Abdul Hamid, “*Globalisasi dan Tantangan Dakwah*”, KORDINAT, Vol. XVI, No. 1 (2017), 26.

¹³ Nur Ahmad, “Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi Di Jalan Dakwah”, ADDIN, Vol. 8, No. 2 (2014), 328-331.

- a. Gejolak kejiwaan
Gejolak kejiwaan meliputi perasaan yang selalu ada dalam setiap manusia seperti perasaan bahagia, sedih, kecewa, cemas, marah, gelisah ataupun bangga. Diantara gejolak kejiwaan tersebut tentunya dapat mempengaruhi dirinya untuk bertingkah laku. Ada yang berpotensi untuk membawa dirinya kepada kebaikan atau bahkan keburukan. Terlebih bagi pemuda yang tingkat emosinya masih tinggi. Para pemuda bisa saja mengacaukan hal yang berseberangan dengan dirinya. Dalam dakwah, gejolak kejiwaan ini harus dikelola dengan tepat sehingga nantinya gejolak ini tidak menimbulkan hal buruk dalam aktivitas dakwah.
 - b. Gejolak Syahwat
Syahwat merupakan fitrah yang dikaruniakan Allah kepada manusia. Akan tetapi ada banyak sekali manusia yang kemudian melakukan maksiat karena dorongan syahwat ini. Kendati gejolak ini umum ditemui saat berusia muda, namun sebenarnya gejolak syahwat tidak mengenal usia. Dalam dakwah, gejolak syahwat harus ditangani dengan serius agar tidak menimbulkan kecenderungan yang merumuskan.
 - c. Gejolak Amarah
Dalam kondisi marah perasaan yang dirasakan oleh manusia lebih dominan dan pertimbangan akal sehat mereka terabaikan. Gejolak ini dapat menimbulkan hal-hal yang tidak terkendali baik ucapan maupun perbuatan. Hal ini sering dialami oleh mereka yang masih berusia muda seperti *mad'u* yang ada di Kultum Pemuda Tersesat. Tingginya emosi dan pola pikir yang berseberangan mempengaruhi timbulnya gejolak ini. Dalam dakwah, gejolak amarah juga harus ditangani agar tidak menimbulkan kerawanan hubungan yang kemudian membahayakan kelangsungan dakwah itu sendiri.
 - d. Gejolak Hiroisme
Saat berperang menghadapi musuh biasanya muncul semangat perjuangan yang menggebu-gebu. Semangat yang kuat dalam gejolak hiroisme ini menunjukkan adanya semacam obsesi kepahlawanan. Tipe semangat dan menggebu-gebu umum dijumpai dalam jiwa seorang pemuda karena mereka cenderung bersikap ambisius dan memerlukan validasi dari orang sekitarnya. Dalam dakwah semangat memang diperlukan akan tetapi jika obsesi tidak diletakkan secara tepat dapat berdampak negatif dalam kelangsungan dakwah.
 - e. Gejolak Kecemburuan
Gejolak ini muncul karena perasaan takut jika nantinya disisihkan. Gejolak kecemburuan umumnya timbul jika menyangkut masalah keduniawian seperti harta dan tahta. Dalam dakwah, gejolak kecemburuan harus ditangani agar tidak menimbulkan perselisihan. Tantangan lain dalam dakwah yang biasanya muncul adalah seperti bentuk penolakan, cacian, cibiran, teror atau bahkan fitnah.
3. Strategi Dakwah

Strategi juga dapat diartikan sebagai perencanaan atau planning dan manajemen guna mencapai suatu tujuan. Bukan hanya itu saja, sebuah strategi yang baik harus dapat menunjukkan taktik operasionalnya¹⁴. Strategi dakwah juga dapat dipahami sebagai metode, siasat, taktik, ataupun manuver yang digunakan dalam kegiatan dakwah¹⁵.

Kultum Pemuda Tersesat merupakan acara dakwah dengan selingan komedi dalam penyampaian. Meskipun terlihat seperti guyonan, hal tersebut juga salah satu strategi yang digunakan dalam menyampaikan dakwah kepada pemuda, yakni dengan cara yang lembut dan menyenangkan.

Secara garis besar, Al-Bayanuni dalam buku Ilmu Dakwah membagi strategi dakwah ke dalam tiga bentuk yaitu¹⁶:

a. Strategi Sentimentil (*al-manhaj al-'athifi*)

Fokus dari strategi sentimentil ini adalah pada perasaan dan batin daripada mitra dakwah. Strategi ini mengembangkan cara-cara yang mengesankan bagi *mad'unya*, seperti nasihat yang menyentuh hati dan penuh kelembutan¹⁷. Selain itu mitra dakwah juga diberikan pelayanan yang memuaskan akan dakwah. Strategi sentimentil ini cocok diterapkan untuk mitra dakwah yang termarginalkan atau terpinggirkan dan dianggap lemah. Kaum yang dianggap terpinggir disini seperti kaum perempuan, anak-anak, orang yang masih awam akan agama, orang miskin, anak yatim, dan mu'alaf. Terlebih bagi pemuda yang merasa termarginalkan karena masih awam seperti *mad'u* Kultum Pemuda Tersesat, strategi ini mungkin tepat untuk dilakukan.

b. Strategi Rasional (*al-manhaj al-'aliqi*)

Fokus dari strategi ini adalah aspek pikiran atau akal. Strategi ini mengembangkan cara berpikir dengan menggunakan logika, diskusi, dan penemuan bukti-bukti yang bisa dinalar dengan akal manusia.¹⁸ Terlebih pada laki-laki (*mad'u* kultum pemuda tersesat) yang secara naluriannya lebih menggunakan aspek rasional dalam berpikir. Strategi rasional digunakan untuk mendorong mitra dakwahnya untuk berpikir, merenung atau bahkan mengambil pelajaran. Mitra dakwah atau *mad'u* yang cocok didakwahi menggunakan strategi ini adalah orang-orang terpelajar yang atheis-rasionalis.

c. Strategi Indrawi (*al-manhaj al-hissi*)

Bagi laki-laki terkadang aspek rasional saja tidak cukup untuk membuat ia percaya akan sesuatu. Sesuatu hal perlu dibuktikan secara ilmiah untuk membuat percaya bahwa sesuatu tersebut memang nyata. Fokus dari strategi ini adalah aspek

¹⁴ Onong Uchyana Efendi, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek* (Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 1992), 32.

¹⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), 32.

¹⁶ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 301-302.

¹⁷ *Ibid.*, 301.

¹⁸ *Ibid.*, 301.

eksperimental atau strategi ini juga bisa disebut sebagai strategi ilmiah. Strategi ini berorientasi pada pembuktian-pembuktian yang telah dilakukan secara ilmiah agar kemudian hasil penelitiannya bisa dipahami secara rasional.¹⁹ Pada masa sekarang sumber yang bisa dibuktikan keilmiahannya lewat penelitian adalah Al-Qur'an. Mitra dakwah yang cocok didakwahi dengan strategi ini adalah sama dengan mitra dakwah dari strategi rasional yakni orang-orang terpelajar yang atheis-rasionalis (agnostik). Dimana mereka lebih memilih untuk tidak mengimani Tuhan karena lebih percaya dengan penemuan ilmiah.

C. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan paradigma positivisme karena penelitian ini ingin melihat gambaran umum dari sebuah fakta sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis isi kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ingin memperoleh kesimpulan umum yang bersifat objektif. Objek analisis dari penelitian ini adalah tayangan Youtube Kultum pemuda tersesat yang tayang secara bergiliran di dua *channel* yakni *channel* youtube Majelis Lucu Indonesia dan Jeda Nulis. Pengumpulan data dilakukan dengan mengamati dan menganalisa kedua *channel* tersebut. Peneliti menggunakan referensi berupa buku-buku untuk mendapatkan berbagai konsep dan teori yang sesuai dengan objek analisis. Poin yang diamati berupa tantangan yang mungkin muncul dalam dakwah beserta strategi untuk mengahadpinya. Objek dianalisa dengan konsep strategi yang dikemukakan oleh Al-Bayanuni dan konsep tantangan dakwah yang terdapat dalam buku Tegar di Jalan Dakwah, Takariawan Cahyadi.

Penyajian data dalam penelitian ini akan dilakukan secara deskriptif. Analisis data akan diberikan di sela data kuantitatif. Sehingga nantinya akan diketahui tentang tantangan dan strategi dakwah yang ada pada konten youtube pemuda tersesat.

D. Operasionalisasi Variabel

Proses operasional merupakan proses penurunan dari hal yang bersifat abstrak ke konkret. Analisis isi dilakukan dengan mengamati aspek yang bersifat konkret untuk nantinya diobservasi oleh peneliti. Konsep abstrak perlu dioperasionalisasikan agar menjadi indikator yang nantinya dapat diamati secara empirik²⁰.

¹⁹ *Ibid.*, 302.

²⁰ Eriyanto, Analisis Isi Pengantar Metodologi Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 117.

Tabel 1.1
UNIT ANALISIS

Unit Analisis	Kategori	Indikator
Tantangan dakwah	Ada	Video akan diidentifikasi sebagai tantangan dakwah jika berisi rintangan yang mungkin akan menghambat proses dakwah. Tantangan disini dapat berupa masalah psikis maupun fisik yang mungkin dialami pendakwah maupun mad'u.
	Tidak	Video akan diidentifikasi sebagai bukan tantangan dakwah karena tidak berisi hal-hal yang menghambat proses dakwah.
Jenis Tantangan dakwah	Gejolak Kejiwaan	Gejolak kejiwaan dalam tantangan dakwah dimaknai sebagai perasaan yang mungkin menghambat kegiatan dakwah. Perasaan tersebut meliputi perasaan sedih, bahagia, marah, kecewa, cemas, ataupun bangga.
	Gejolak Syahwat	Gejolak syahwat dalam tantangan dakwah dimaknai sebagai dorongan hawa nafsu yang jika tidak kendalikan akan mengarah pada hal-hal yang menjerumuskan. Hal-hal yang dimaksud sebagai syahwat seperti hubungan seksual, kebanggan, kenyamanan, dan kesenangan yang bersifat berlebihan dan melenceng dari ajaran Islam.
	Gejolak Kecemburuan	Gejolak kecemburuan dalam tantangan dakwah dimaknai sebagai perasaan takut disisihkan. Hal-hal yang dimaksud sebagai gejolak kecemburuan bisa berupa perebutan jabatan, harta atau bahkan fitnah.
	Gejolak Amarah	Gejolak amarah dalam tantangan dakwah dimaknai sebagai kondisi yang menyebabkan manusia merasa tidak senang sehingga dalam kondisi tersebut manusia terkadang tidak bisa mngendalikan akal sehatnya dan menghambat proses dakwah.
	Gejolak Hiroisme	Gejolak hiroisme dalam dakwah dimaknai sebagai obsesi berlebih dan menganggap dirinya adalah pahlawan.
Strategi Dakwah	Ada	Video akan diidentifikasi sebagai strategi dakwah jika didalamnya memuat rancangan atau planning yang

		diperlukan agar objek dakwah bersedia menerima dakwah. Rancangan tersebut dapat berupa judul, cover video, ataupun penyampaian dakwah yang menarik.
	Tidak	Video akan diidentifikasi bukan sebagai strategi dakwah jika di dalamnya tidak memuat rancangan atau planning yang membuat objek dakwah bersedia menerima dakwah.
Jenis Strategi dakwah	Strategi Sentimentil	Strategi sentimentil dalam dakwah dimaknai sebagai strategi yang berfokus pada pendekatan perasaan dan batin. Video akan dikategorikan sebagai strategi sentimentil jika da'i menyampaikan dakwah dengan panggilan yang lembut, nasihat yang berkesan, dan memprioritaskan perhatian kepada mad'u.
	Strategi Rasional	Strategi rasional dalam dakwah dimaknai sebagai strategi yang berfokus pada pendekatan akal dan pikiran. Video akan diidentifikasi sebagai strategirasional jika da'i menyampaikan dakwah dengan menggunakan logika, diksusi, menampilkan contoh riil dan bukti sejarah.
	Strategi Indrawi	Strategi indrawi dalam dakwah dimaknai sebagai strategi yang berfokus pada pendekatan eksperimental atau ranah ilmiah. Video akan diidentifikasi sebagai strategi indrawi jika dai'i menyampaikan dakwah dengan menggunakan hasil penelitian ilmiah.
Identitas	Judul	Judul adalah nama tayangan yang membedakan antara tayangan yang satu dengan yang lainnya. Tajuk mewakili apa yang akan ditayangkan dalam tayangan atau sebagai kata utama.
	Waktu Rilis	Menunjukkan waktu dimana tayangan tersebut pertama kali di tayangkan.

E. Hasil Penelitian

Frekuensi kemunculan tantangan dan strategi dakwah yang ada dalam konten kultum pemuda tersesat dicatat pada setiap videonya. Berikut adalah hasil penelitian dari sampel sejumlah 30 video yang diambil secara acak:

Tabel 2
Frekuensi Tantangan Dakwah Dalam Konten Youtube Kultum Pemuda Tersesat

Kategori	Indikator	Frekuensi	Persentase (%)
Tantangan	Ada	22	73%
	Tidak	8	27%
Jumlah		30	100%

Tabel 3
Frekuensi Jenis Tantangan Dakwah Dalam Konten Youtube Kultum Pemuda Tersesat

Kategori	Indikator	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis tantangan	Gejolak Kejiwaan	7	24%
	Gejolak Syahwat	7	24%
	Gejolak Kecemburuan	0	0%
	Gejolak Amarah	15	52%
	Gejolak Hiroisme	0	0%
	Jumlah		29

Tabel 4
Frekuensi Strategi Dakwah dalam Konten Youtube Kultum Pemuda Tersesat

Kategori	Indikator	Frekuensi	Persentase (%)
Strategi dakwah	Ada	30	100%
	Tidak	0	0%
Jumlah		30	100%

Tabel 5
Frekuensi Jenis Strategi Dakwah dalam Konten Youtube Kultum Pemuda Tersesat

Kategori	Indikator	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis strategi dakwah	Strategi Sentimentil	27	53%
	Strategi Rasional	21	41%
	Strategi Indrawi	3	6%
Jumlah		51	100%

F. Pembahasan

Penelitian ini membuktikan tantangan dan strategi dakwah yang muncul dalam konten youtube “Kultum Pemuda Tersesat”. Penelitian berfokus pada poin tantangan dan strategi dakwah yang dilakukan di konten Kultum Pemuda Tersesat. Terbukti dengan adanya tantangan dakwah sebesar 73%. Angka tersebut diperoleh dari frekuensi kemunculan tantangan dalam konten. Sisanya 27% video tidak berisi tantangan dakwah atau dakwah disampaikan dengan baik tanpa ada hambatan. Frekuensi kemunculan strategi dakwah dalam konten ini sebesar 100%. Angka tersebut didapatkan karena dalam setiap video dakwah disampaikan dengan strategi-strategi tersendiri.

Peneliti menggunakan objek penelitian tayangan Kultum Pemuda Tersesat yang terdapat di kanal Youtube milik Majelis Lucu Indonesia dan Jeda Nulis. Kultum Pemuda Tersesat sendiri tayang perdana pada bulan Ramadhan 2020, video perdananya di rilis pada 24 April 2020. Konten yang awalnya tayang pada bulan Ramadhan ini dilanjutkan hingga ke bulan-bulan berikutnya. Artinya konten Kultum ini tidak hanya tayang di bulan ramadhan. Konten Kultum Pemuda Tersesat merupakan konten dakwah yang dikemas dalam balutan komedi. Hal ini sesuai dengan ciri media baru menurut McQuail bahwa media bukan hanya sebagai penyampai informasi saja tetapi dapat berfungsi sebagai sarana hiburan. Meskipun tergolong konten baru, perkembangan konten ini sangatlah pesat. Video-video Kultum Pemuda Tersesat telah ditonton jutaan kali oleh pengguna Youtube. Hal ini membuktikan bahwa konten ini diterima dan disukai di kalangan masyarakat, khususnya pemuda.

Konten Kultum Pemuda Tersesat ini dipandu oleh Tretan Muslim, Habib Ja’far Husein dan Coki Pardede. Ketiganya adalah seorang *content creator*. Dalam konten tersebut, Tretan Muslim berperan sebagai pembawa acara dan Habib Ja’far Husein berperan sebagai da’i. Di akhir acara terdapat kemunculan Coki Pardede yang biasa berperan sebagai “iblis” untuk memilih pertanyaan yang paling tersesat. Tretan Muslim dan Coki Pardede tergabung dalam kanal Youtube Majelis Lucu Indonesia, kanal tersebut berisi konten-konten komedi. Sedangkan Habib Ja’far Husein memiliki kanal Youtube sendiri dengan nama Jeda Nulis. Hal inilah yang mengakibatkan penelitian diambil dari dua kanal. Aspek yang otonom dan privat merupakan hak dari audiens. Berdasar hal tersebut mad’u memiliki kebebasan untuk mengakses setiap video yang mereka sukai seperti ciri media baru yang dikemukakan oleh McQuail.

Kultum Pemuda Tersesat sebenarnya tidak jauh berbeda dengan kultum-kultum yang kerap dijumpai di televisi pada saat ramadhan. Bahasan dari kultum ini juga seperti dakwah pada umumnya. Hal yang menarik adalah pertanyaan yang muncul dari objek dakwah. Disini media berperan sebagai penghubung diskusi antara komunikator dan audiencenya. Objek dakwah bebas untuk mempertanyakan apapun kepada da’i. Saking bebasnya pertanyaan-pertanyaan yang muncul malah terdengar aneh. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mungkin tabu

jika ditanyakan di pengajian konvensional. Contoh pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan objek dakwah adalah sebagai berikut;

- *Bib mau tanya, kalau kita di neraka lama sekali apakah tubuh kita bisa beradaptasi terhadap suhu?* (dikutip dari pertanyaan di video dengan judul “Habib Pusing Dengan Pertanyaan Wibu | Pemuda Tersesat Eps 09 Season 02” yang rilis pada 27 Februari 2021)
- *Apakah boleh menjual ginjal untuk naik haji?* (dikutip dari pertanyaan di video dengan judul “Jual Ginjal Buat Naik Haji | Pemuda Tersesat Eps 08 – Season 02” yang rilis pada 9 Februari 2021)
- *Jika pada saat ramadhan setan dibelenggu kenapa masih banyak orang jahat?* (dikutip dari pertanyaan di video dengan judul “KULTUM Pemuda Tersesat Eps 18 – Benarkah di Bulan Ramadhan Setan Dibelenggu” ??? yang rilis pada 11 Mei 2020)

Kemunculan kultum ini menjadi oase bagi pemuda yang ingin mempertanyakan hal-hal yang dianggap tabu tapi benar terjadi dan menimbulkan problematika. Pertanyaan yang mereka lontarkan dijawab langsung oleh da'i serta solusi dari pertanyaan-pertanyaan tersebut. Da'i tidak pernah menghakimi pertanyaan dari objek dakwah, karenanya objek dakwah leluasa untuk mengutarakan pertanyaannya. Setiap pertanyaan dijawab dengan memperhatikan hikmah dan dijawab sesuai strategi tertentu.

Pertanyaan-pertanyaan yang muncul ini menjadi tantangan tersendiri bagi da'i dan kelangsungan acara dakwah. Tantangan tersebut berupa problematika yang mungkin muncul dalam kegiatan dakwah. Hal itu terbukti dari hasil penelitian bahwa terdapat tantangan dakwah sebesar 73%. Jenis tantangan dakwah yang dihadapi-pun beragam, mulai dari gejalak amarah(52%), gejalak kejiwaan (24%) dan gejalak syahwat (24%). Kategori lain seperti gejalak kecemburuan dan gejalak hiroisme tidak muncul di konten dakwah ini.

Persentase kemunculan gejalak amarah paling tinggi dibandingkan dengan kategori lainnya, yakni sebesar 52%. Persentase gejalak amarah memiliki angka terbesar karena diakibatkan respon pembawa acara. Pertanyaan yang sangat kritis dan menggelitik direspon dengan penuh amarah dan diikuti oleh *backsound* halilintar dan efek api untuk frame video. Persentase gejalak syahwat dan gejalak kejiwaan sama-sama sebesar 24%. Angka 24% untuk tantangan berupa gejalak syahwat tersebut didapat dari pertanyaan kritis seputar hal-hal yang berbau seksualitas. Tantangan dakwah berupa gejalak kejiwaan yang juga memiliki angka persentase sebesar 24% didapat dari kurangnya faktor kendali diri. Dalam konten yang sering ditemui adalah spontanitas yang dilakukan oleh pembawa acara. Spontanitas tersebut berupa celetukan sarkas ataupun gestur tubuh berupa pengekspresian diri yang berlebihan. Kemunculan gejalak syahwat dan kejiwaan diakibatkan karena mayoritas penanya adalah pemuda yang syahwatnya masih tinggi dan selalu penasaran dengan hal-hal yang berkaitan dengan syahwat.

Dalam menghadapi setiap tantangan dakwah maka diperlukan sebuah strategi. Strategi dakwah yang digunakan harus sesuai guna memperbesar peluang keunggulan dan tersampainya pesan kepada objek dakwah. Sebuah strategi yang baik harus bisa menyesuaikan objek dakwah atau strategi bisa bersifat fleksibel. M. Natsir dalam buku Ilmu Dakwah menjelaskan bahwa *da'i* harus bijak dalam mengenal golongan, menyusun kata yang tepat, dan memilih saat untuk bicara dan diam²¹. Seorang *da'i* juga harus bijak dalam menjadi teladan untuk objek dakwahnya.

Da'i selalu menggunakan strategi dalam penyampaian dakwahnya di konten Kultum Pemuda Tersesat. Hal itu terbukti dari persentase kemunculan strategi dakwah sebesar 100%. Jenis pertanyaan berbeda-beda pada setiap episodanya, hal itu mengakibatkan jenis strategi yang digunakan-pun beragam.

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam 3 bentuk, yakni strategi sentimental, strategi rasional dan strategi indrawi²². Hasil penelitian menunjukkan penggunaan strategi sentimental dalam konten Youtube Kultum Pemuda Tersesat sebesar 53%. Frekuensi terbesar ini didapat dari perlakuan lembut oleh *da'i* terhadap semua pertanyaan yang diajukan oleh *mad'u* atau pemuda tersesat. Semua pertanyaan yang ada direspon dengan penjelasan yang menenangkan dan bisa menyentuh hati. Artinya lebih dari separuh kegiatan dakwah menggunakan strategi sentimental. Strategi ini digunakan untuk menggerakkan perasaan dan batin dari objek dakwah. Tujuannya adalah agar objek dakwah yang termarginalkan merasa dihargai dan didengar pertanyaannya.

Hasil penelitian penggunaan strategi rasional menunjukkan persentase sebesar 41%. Hasil ini diperoleh dari penjelasan rasional yang dipakai untuk membantu *mad'unya* untuk memahami pertanyaan yang diajukan. Dalam beberapa pertanyaan, *da'i* hanya memberikan penjelasan rasional tanpa diikuti oleh penjelasan yang berdasarkan dalil Al-Qur'an maupun hadits. Strategi ini dilakukan karena objek dakwah adalah pemuda yang selalu mengaitkan segala sesuatu dengan logika dan terkadang ia enggan menerima jika tidak sesuai dengan logikanya. Tujuannya agar *da'i* dan objek dakwah memiliki pemahaman yang sama dan khususnya objek dakwah bisa menerima ajaran Islam karena sesuai dengan logikanya.

Selanjutnya, hasil penelitian penggunaan strategi indrawi sebesar 6%. Strategi ini digunakan agar objek dakwah bisa benar-benar menerima ajaran Islam karena terbukti secara ilmiah. Dalam dakwah di konten Kultum Pemuda Tersesat, *da'i* menjelaskan tentang masalah-masalah yang telah diteliti secara ilmiah. Terbukti dengan beberapa penelitian ilmiah yang dipaparkan dimana hasil dari penelitian tersebut telah dijelaskan ribuan tahun lalu dalam Al Qur'an. Penjelasan ilmiah

²¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2004), 305.

²² *Ibid.*, 301.

ini ditujukan agar pemuda percaya bahwa Islam juga bisa dibuktikan dan bukan hanya sekadar dogma semata.

G. Kesimpulan

Media baru dengan ketersediaanya yang masif untuk digunakan secara pribadi seperti Youtube memuat konten dakwah. Hasil penelitian menunjukkan adanya tantangan dan strategi yang digunakan dalam kegiatan dakwah kultum pemuda tersesat. Kategori tantangan memiliki frekuensi sebesar 73% dan strategi dakwah memiliki frekuensi sebesar 100% berdasarkan ada atau tidaknya tantangan dan strategi yang digunakan. Jenis tantangan dakwah yang terbagi dalam lima bentuk memiliki frekuensi kemunculan yang berbeda-beda. Kemunculan gejalak amarah adalah yang terbesar yakni sebesar 52%, gejalak kejiwaan dan gejalak syahwat memiliki nilai yang sama sebesar 23%, sedangkan frekuensi kemunculan gejalak hiroisme dan gejalak kecemburuan sebesar 0% atau tidak muncul sama sekali. Pada kategori jenis strategi dakwah, starategi sentimentil frekuensinya sebesar 53%, strategi rasional 41% dan strategi indrawi 6%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nur, “Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi: Formulasi Karakteristik, Popularitas, dan Materi Di Jalan Dakwah”, *ADDIN*, Vol. 8, No. 2 (2014).
- Ali, Moh. Aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana 2004.
- Daradjat, Zakiyah, *Ilmu Jiwa*. Jakarta: Bulan Bintang 1993.
- Data Reportal. “*DIGITAL 2021: INDONESIA*”, 27 Januari 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. (2 April 2021).
- DataBoks. “*94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir*”, 17 Februari 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>. (20 April 2021).
- Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metodologi Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu- Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group 201.
- Hamid, Abdul. “Globalisasi dan Tantangan Dakwah”, *KORDINAT*, Vol. XVI, No. 1 (2017),.
- Ilaihi, Wahyu, *Pengantar Sejarah Dakwah* . Jakarta: Kencana. 2018.
- Kementrian Agama Ri, *Al-Qur’an Dan Terjemahannya*. Solo: Tiga Serangkai 2004.
- McQuail, Dennis, *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika. 2010.
- Munir, Samsul Amin, *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Penerbit Amzah 2009.
- Netral News. “*How long do Indonesians access the internet and social media every day?*”, 22 Februari 2021, <https://netral.news/en/how-long-do-indonesians-access-the-internet-and-social-media-every-day-all-pages.html>. (20 April 2021).
- Syukir, Asmuni, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlas. 1983.
- Uchyana, Onong Efendi, *Ilmu Komunikasi, Teori Dan Praktek*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya, 1992.