

**Sehat Ihsan Shadiqin &
Fathayatul Husna (Ed)**

ISLAM VIRTUAL

Politik, Dakwah dan Kesenangan di Media Sosial

**Willy Hizriani Nasution
Dini Maulina
Wali Fansuri
Ziaul Haj
Maulida Rahmi
Agus Maulidin
Marlin Yanti**



ISLAM VIRTUAL

POLITIK, DAKWAH DAN KESENANGAN
DI MEDIA SOSIAL

Editor:

Sehat Ihsan Shadiqin dan Fathayatul Husna

Penulis:

Willy Hizriani Nasution

Dini Maulina

Wali Fansuri

Ziaul Haj

Maulida Rahmi

Agus Maulidin

Marlin Yanti



**Program Studi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry
Bandar Publishing
2020**

Islam Virtual: Politik, Dakwah, dan Kesenangan di Media Sosial / Sehat Ihsan Shadiqin dan Fathayatul Husna (ed), Program Studi Sosiologi Agama dan Bandar Publishing, Banda Aceh: 2020

x, 216 hlm, 14,8 x 21 cm

Layout: Lilis Sariyanti

Foto: canva.com

Cetakan Pertama, Oktober 2020

Diterbitkan atas Kerjasama Program Studi Sosiologi Agama
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry dan
Bandar Publishing

Program Studi Sosiologi Agama
Jl. Abdurrauf Assinggili
Komplek Kampus UIN Ar-Raniry
Kopelma Darussalam
Banda Aceh
Email: sosiologiagama.fuf@ar-raniry.ac.id

Bandar Publishing
Lamgugob, Syiah Kuala
Banda Aceh, Provinsi Aceh
Mobile Phone: 085360606071
E-mail: bandar.publishing@gmail.com

ISBN:: 978-602-1632-90-1



KATA PENGANTAR

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Peran penting perguruan tinggi di Indonesia antara lain adalah melahirkan terobosan-terobosan pemikiran yang dapat bermanfaat bagi pemerintah sebagai dasar dalam mengambil kebijakan. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry memiliki program studi yang fokus pada berapa bidang pengetahuan khususnya pengetahuan keagamaan. Program studi yang ada di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat memiliki distingsi dan fokus dalam kajian mendalam dan komprehensif serta multidisipliner dalam ilmu-ilmu keislaman. Oleh sebab itu Fakultas Ushuluddin tidak lagi hanya terbatas pada kajian normativitas agama saja namun juga beragam masalah-masalah sosial dengan pendekatan keagamaan. Salah satunya adalah Sosiologi Agama.

Program Studi Sosiologi Agama memiliki visi melakukan penelitian dengan pendekatan sosiologi atas masalah-masalah sosial keagamaan. Hal ini untuk melihat sebuah masalah dengan

perspektif yang beragam. Bukan hanya hukum Islam namun juga perspektif sosial. Dengan demikian masalah sosial keagamaan yang ada di dalam masyarakat dapat dipahami dengan lebih jelas dan komprehensif. Program Studi Sosiologi Agama sudah berdiri sejak tahun 2013 dan terus melakukan kajian-kajian terkait dengan beragam masalah sosial keagamaan yang ada di dalam masyarakat Aceh. Di masa yang akan datang kita berharap melalui kajian-kajian ini program studi Sosiologi Agama dapat memberikan kontribusi kepada pemerintah terutama dalam bentuk pemikiran untuk mengambil kebijakan terkait dengan kehidupan sosial keagamaan.

Buku yang ada di tangan pembaca ini merupakan hasil kajian serius yang dilakukan oleh mahasiswa program studi Sosiologi Agama di bawah bimbingan para dosen untuk menggali beragam persoalan sosial yang ada dalam masyarakat dengan kacamata sosiologi. Buku ini berawal dari kebijakan Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang memberikan peluang untuk melaksanakan program penulisan karya ilmiah mahasiswa atau selama ini dikenal dengan skripsi diganti dengan sebuah artikel *book chapter* yang dipublikasikan. Kebijakan ini lahir sebagai bagian dari respon terhadap pandemi covid 19 yang melanda dunia sejak tahun 2020. Oleh sebab itu buku ini selain memberikan kemudahan kepada mahasiswa dalam menyelesaikan program sarjana S1 juga memberikan kontribusi yang lebih luas kepada masyarakat dengan penyebaran pemikiran hasil penelitian.

Atas nama Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh Saya merasa sangat berbangga dengan publikasi buku ini. Saya berharap penerbitan buku ini dapat menjadi sebuah tradisi baru di Fakultas Ushuluddin di masa yang akan datang sehingga hasil penelitian mahasiswa dan

dosen tidak hanya sekedar untuk menyelesaikan program Strata Satu di Universitas namun juga memberikan kontribusi pemikiran di dalam masyarakat yang lebih luas dengan menerbitkan karya ilmiah tersebut ke dalam bentuk buku atau bentuk penerbitan yang lain.

Darussalam, September 2020
Dekan,

Dr. Abd. Wahid, M.Ag



PENGANTAR PENERBIT

Penerbit Bandar Publishing sejak berdiri pada tahun 2007 fokus pada pengembangan pengetahuan sosial keagamaan melalui penerbitan buku. Kerjasama dengan Program Studi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry Banda Aceh merupakan usaha kami dalam menyebarkan pengetahuan khususnya hasil kajian akademisi ke ruang yang lebih luas. Selama ini banyak kajian akademisi di kampus yang terpendam dan tidak dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas karena hanya disimpan di kantor dan atau perpustakaan. Dengan melakukan sedikit penyesuaian, karya-karya yang bagus dari dosen, mahasiswa, dan civitas akademika pada umumnya dapat dikonsumsi oleh publik.

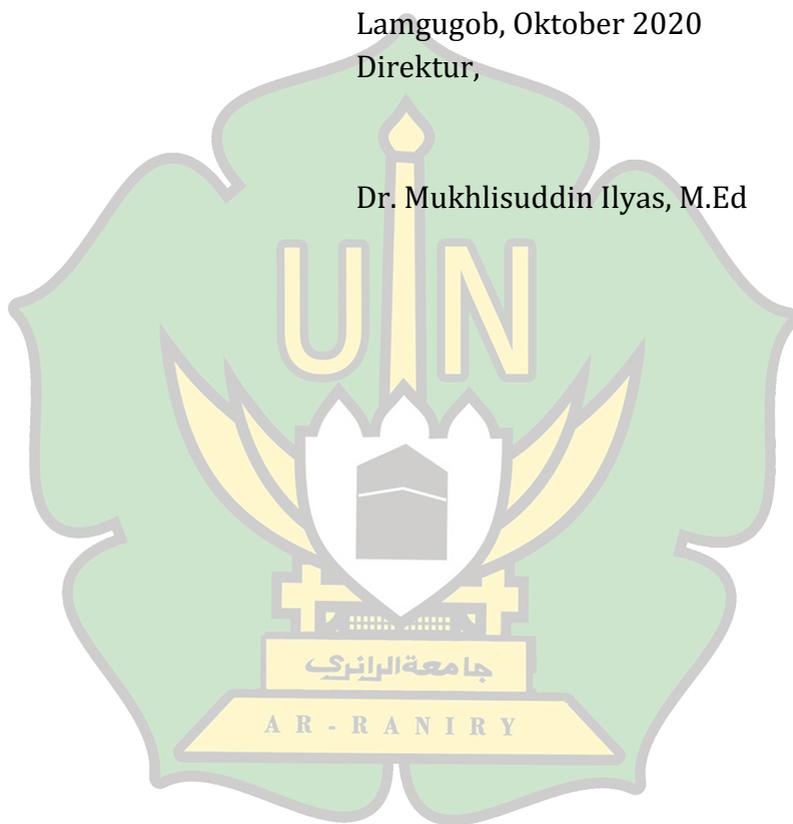
Kami memiliki komitmen kuat untuk terus mendukung lembaga pendidikan tinggi dalam mempublikasi hasil penelitian mereka dalam bentuk buku. Posisi Bandar Publishing sebagai mitra resmi toko buku Gramedia Indonesia di Aceh memberikan peluang buku-buku karya cendekiawan di Aceh mendapatkan pasar di seluruh Indonesia. Oleh sebab itu ke depan kita berharap karya-karya tersebut bukan hanya menjadi koleksi dan bacaan di kampus namun juga menjadi dasar pengambilan kebijakan oleh pemerintah di berbagai daerah di Indonesia.

Semoga penerbitan buku ini menjadi langkah strategis yang dilakukan oleh Bandar Publishing bersama Prodi Sosiologi Agama UIN Ar-Raniry dalam rangka mengembangkan budaya literasi bukan hanya di Aceh namun juga Indonesia pada umumnya.

Langugob, Oktober 2020

Direktur,

Dr. Mukhlisuddin Ilyas, M.Ed



DAFTAR ISI

Pengantar Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.....	iii
Pengantar Penerbn	vii
Daftar Isi	ix

Pengantar Editor:

Islam, Media Sosial, dan Kontruksi Identitas

<i>Sehat Ihsan Shadiqin</i>	1
-----------------------------------	----------

Dakwah dan Eksistensi: Penggunaan Instagram dalam Membangun Citra Politisi Perempuan Aceh

<i>Willy Hizriani Nasution, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Suci Fajarni.</i>	7
--	----------

Rabbanians ID: Youtube, Generasi Milenial Dan Gerakan Dakwah Di Media Sosial

<i>Dini Maulina, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Musdawati.....</i>	41
---	-----------

Generasi Muda Dan Dakwah “Kekinian”: Komunitas Raisul Fata Di Banda Aceh

<i>Wali Fansuri, Taslim HM Yasin, dan Abdul Majid.....</i>	71
--	-----------

Musik Aceh dan Kritik Sosial: Analisis Lirik Lagu Seuramoe Raggae

<i>Ziaul Haj, Musdawati dan Taslim HM Yasin</i>	99
---	-----------

Game Online dan Interaksi Sosial Virtual

<i>Maulida Rahmi, Taslim HM Yasin, dan Suci Fajarni.....</i>	131
--	------------

Game PUBG: Fatwa MPU Aceh dan Respon Santri

Agus Maulidin, Abdul Madjid, dan Arfiansyah..... 157

Game “Aceh The Royal” dan Fatwa Haram MPU Aceh

Marlin Yanti, Sehat Ihsan Shadiqin, dan Musdawati..... 181

Tentang Penulis 209



PENGANTAR EDITOR

ISLAM, MEDIA SOSIAL, DAN KONTRUKSI IDENTITAS

Sehat Ihsan Shadiqin

Saat ini media sosial bukanlah hal yang asing lagi dalam masyarakat Indonesia. Bukan hanya di kalangan anak muda yang dianggap melek teknologi, banyak masyarakat usia paruh baya juga menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dan eksistensi diri. Menariknya, penggunaan media sosial di Indonesia, khususnya di kalangan umat Islam, selalu dibenturkan dengan agama. Di satu sisi penggunaan media sosial sangat masif dan berkembang pesat, namun di sisi lain terus mendapatkan kecaman dan kritikan atas berbagai dampak negatif dari penggunaannya. Kebanyakan orang tua menyoroti penggunaan media sosial yang tidak sehat pada anak-anak, namun di sisi lain mereka juga memberikan *gadget* yang tentu saja dapat digunakan untuk mengakses media sosial kepada anak mereka untuk menenangkan dan “tidak berulah”.

Di kalangan orang dewasa sendiri penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehariannya. Komunikasi interpersonal dan individu dengan group telah disederhanakan melalui beragam group di media sosial yang memungkinkan memproduksi satu pesan dan menyampaikannya dengan cepat kepada banyak orang. Media sosial yang beragam jenisnya juga memungkinkan satu pesan disampaikan melalui berbagai macam bentuk media sehingga penerima pesan juga menjadi lebih banyak. Kondisi ini benar-benar sebuah revolusi dalam teknik menyampaikan pesan baik teks, gambar, video, dan suara. Sepuluh tahun yang lalu, biaya telpon ke luar negeri masih sangat sulit dan biaya paket Sambungan Langsung Internasional (SLI) dari Telkom masih sangat mahal, namun saat ini memiliki biaya yang nyaris sama dengan menelpon tetangga.

Kondisi inilah yang menyebabkan semua pihak menggunakan media sosial untuk beragam kepentingan. Kumpulan tulisan dalam buku ini menunjukkan tiga model penggunaan media sosial di Aceh: politik, dakwah, dan kesenangan. Penggunaan media sosial untuk kepentingan politik telah banyak mendapatkan sorotan dari peneliti. Salah satu hal yang disorot adalah bagaimana media sosial memanipulasi realitas untuk mendapatkan dukungan dari konstituen dari politisi yang membutuhkan suara dalam pemilihan umum. Dalam tulisannya, Willy Hizriani Nasution menunjukkan bagaimana politisi di Aceh mengkonstruksikan identitasnya di media sosial. Mengambil studi kasus pada dua politisi perempuan di Aceh, Willy berkesimpulan bahwa media sosial digunakan politisi untuk menunjukkan identitas politiknya dengan beragam cara. Dalam kasus yang dikajinya ada perbedaan antara Darwati dengan Illiza. Darwati ingin tampil

sebagai wanita yang memiliki kepekaan sosial tinggi dan peduli terhadap masalah yang ada di masyarakat serta dekat dengan keluarganya. Berbeda halnya dengan Illiza yang tampil dengan pakaian yang lebih muslimah dan religius. Melalui postingan *Instagram* miliknya penulis melihat bahwa Illiza ingin membentuk citra sebagai politisi yang Islami.

Tulisan Dini Maulina dan Wali Fansuri menyoroti tentang penggunaan media sosial sebagai media menyampaikan pesan agama. Dini melihat sebuah chanel YouTube *Rabbanians.id* yang mengusung tema dakwah tentang ide-ide yang cenderung konfrontatif, terutama pada relasi Islam non Muslim. Tema ini mendapatkan banyak penonton karena dianggap sebagai model dakwah yang menunjukkan kebenaran Islam dibandingkan dengan agama lain dalam beragam sisi. Tema-tema ini sudah sangat lama dibincangkan melalui buku dan publikasi lain. Dengan menggunakan media YouTube, *Rabbanians* mengemas kembali dengan metode gaya podcast yang lebih segar sehingga menarik lebih banyak menonton. Hal ini pula yang dilakukan oleh kelompok dakwah anak muda *Raisul Fata*. Selain YouTube mereka juga berkreasi dengan konten *Instagram* yang memposting pesan dakwah dalam disain yang unik untuk mendapatkan lebih banyak perhatian.

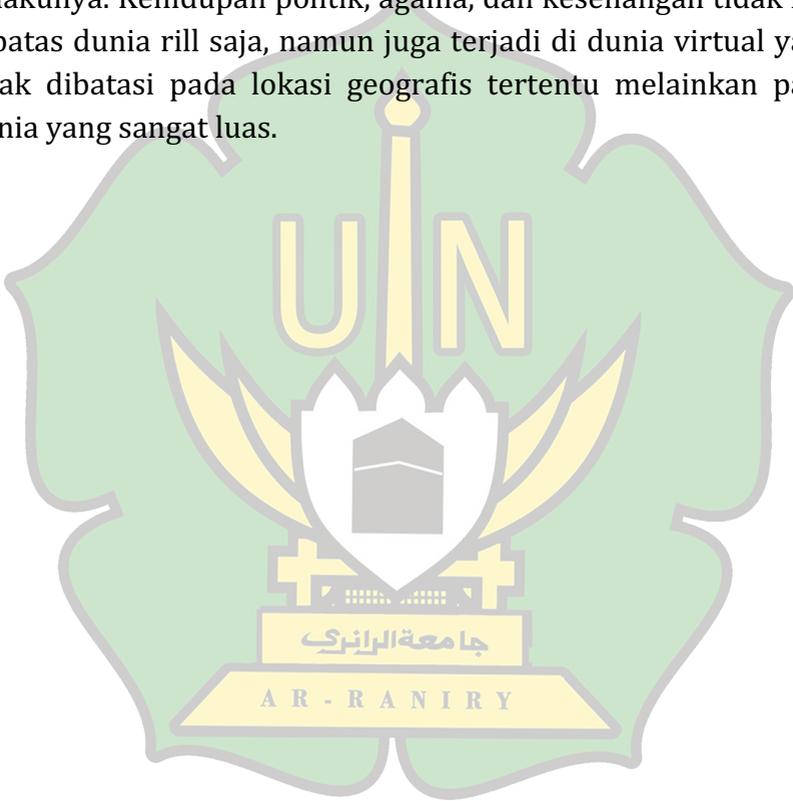
Meskipun sedikit berbeda dengan tulisan lain dari sisi tema, tulisan *Ziaul Haj* adalah sebuah penjelasan yang bagus tentang bagaimana anak muda di Aceh menyampaikan “dakwah” berupa kritik sosial melalui lagu. Dengan mengkaji konten lagi *Seuramo Ragge*, *Ziaul* menunjukkan bagaimana kelompok anak muda menggunakan lirik lagunya untuk mengkritik berbagai ketimpangan sosial di Aceh. Bagi mereka menyuarkan kritik sosial melalui lagu adalah bagian menyebarkan pemahaman

yang sama agar masyarakat dan penguasa sama-sama berbenar mewujudkan kesejahteraan sosial di Indonesia pada umumnya dan di Aceh pada khususnya.

Tiga tulisan lain dalam seri kumpulan tulisan ini menyoroti aspek hiburan virtual di kalangan anak muda di Aceh dalam hubungannya dengan agama, khususnya game. Maulida Rahmi menunjukkan bagaimana game telah membentuk sebuah realitas maya di kalangan anak muda. Fasilitas beberapa game yang menyediakan ruang langsung bagi pemainnya telah memberikan kesempatan untuk membentuk pertemanan baru tanpa batas di kalangan pemainnya. Hal ini telah menyebabkan ruang pertemanan anak muda pemain game di Aceh tidak hanya dibatasi pada teritorial tertentu, namun terbuka luas nyaris tanpa batasan geografis. Hal ini menyebabkan banyak anak muda menghabiskan waktu yang panjang untuk bermain game yang menyebabkan munculnya aspek negatif. Aspek negatif ini bukan hanya kecanduan bermain game namun juga kemungkinan provokasi psikologis dari game yang bertemakan kekerasan. Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh mengeluarkan fatwa yang mengharamkan game PUBG yang dianggap mengusung tema kekerasan. Agus Maulidin melihat respon santri pesantren atas fatwa ini. Bagi para santri meskipun fatwa telah dikeluarkan namun permainan PUBG tetap dilakukan dengan menyesuaikan kadar waktu dan pengaruhnya. Bagi kebanyakan mereka, fatwa MPU sama sekali tidak mempengaruhi perilaku mereka dalam bermain game. Hal ini juga terjadi di kalangan komunitas game PUBG sendiri. Marlin Yanti yang mengkaji komunitas game di Aceh menjelaskan bagaimana mereka tidak terpengaruh dengan fatwa MPU karena menganggap aspek negatif yang disampaikan MPU tidak terjadi

pada mereka sendiri sebab mereka telah mampu memproteksi diri dari pengaruh negatif tersebut.

Kajian-kajian dalam buku ini telah menunjukkan dinamika yang angat beragam di kalangan politisi dan anak muda dalam dunia virtual di Aceh. Pemanfaatan internet sangat masif dan telah mengkonstruksi sebuah identitas maya bagi pelakunya. Kehidupan politik, agama, dan kesenangan tidak lagi sebatas dunia rill saja, namun juga terjadi di dunia virtual yang tidak dibatasi pada lokasi geografis tertentu melainkan pada dunia yang sangat luas.



2

RABBANIANS ID: YOUTUBE, GENERASI MILENIAL DAN GERAKAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

Dini Maulina, Sehat Ihsan Shadiqin dan Musdawati

Perkembangan dakwah kini berjalan beriringan dengan perkembangan teknologi. Hal ini dapat dilihat pada pemanfaatan berbagai media sosial dalam proses dakwah Islam.¹ Kaum milenial melihat peluang tersebut dan menjadikan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan dakwah Islam. Dakwah ini melahirkan banyak pendakwah muda dengan konsep penyampaian lebih santai, menarik, namun tetap mengandung unsur pengajaran tentang Islam di dalamnya.

¹ Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam," *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2019): 1, <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.

Media sosial yang sering digunakan untuk menyebarkan dakwah, seperti *Facebook*, *Youtube*, serta *Instagram* dianggap cukup efektif untuk menyebarkan dakwah. Selain efektif, media menawarkan kemudahan bagi kaum milenial untuk memperoleh pengetahuan tentang keagamaan karena dapat diakses tanpa terbatas ruang dan waktu.² Sehingga, mereka dapat meminimalisir aktivitas berkunjung ke suatu Majelis dan bertatap muka langsung dengan pendakwah untuk memperoleh ilmu-ilmu keagamaan. Kemunculan berbagai konten keagamaan tersebut didasari juga oleh keinginan sang pendakwah untuk menebar kebaikan dan berdakwah sesuai dengan zaman. Hal ini dilakukan sebagai strategi dakwah dan memanfaatkan teknologi untuk menasar anak muda.³

Youtube menjadi satu dari sekian banyak media sosial yang dimanfaatkan oleh berbagai kalangan muda untuk berdakwah. Di dalamnya terdapat banyak konten keagamaan yang dikemas dalam bentuk audio visual. Di dalamnya terdapat fitur-fitur yang memungkinkan para pengguna untuk mengakses konten-konten dakwah. Bentuk video disampaikan dalam durasi yang singkat maupun panjang. Beberapa konten dakwah yang banyak dikenal oleh kaum milenial seperti Ustadz Hannah Attaki, Ustadz Adi Hidayat, dan lain-lain.⁴ Dua nama tersebut tidak asing lagi bagi umat Islam dan video mereka di *Youtube* telah banyak ditonton oleh pengguna *Youtube*. Hannan Attaki sendiri memiliki *channel Youtube* yang telah mengunggah 156 video, pengikut sebanyak 1.29 juta dengan jumlah tayangan

² Mas'udi Mas'udi, "Peranan Media Dalam membentuk Sosio-Kultural dan Agama Masyarakat (Menggagas Prinsip-prinsip Etis dalam Journalistik)" 1, no. 2 (2013): 220.

³ Muslimin Ritonga, "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial" 3, no. 1 (2019): 1.

⁴ "Infografis: Deretan Ustadz di Balik Geliat Hijrah Anak Muda," nasional, diakses 3 Juli 2020, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190708060636-23-409980/infografis-deretan-ustaz-di-balik-geliat-hijrah-anak-muda>.

mencapai ratusan juta di setiap videonya.⁵ Sedangkan Ustadz Adi Hidayat yang telah mengunggah 319 video dengan jumlah penonton di videonya berkisar puluhan juta.⁶

Kedua pendakwah di atas memiliki perbedaan tentang materi serta cara penyampaian dalam video-video dakwahnya. Hannan Attaki sering kali menggunakan bahasa-bahasa yang sering digunakan oleh anak muda (*bahasa gaul*), berpenampilan lebih santai seperti menggunakan kemeja ketika menyampaikan ceramahnya. Konten dakwahnya lebih banyak berbicara tentang jodoh, *galau*, namun tetap melibatkan landasan hukum berupa ayat Al-Quran atau Hadis di dalamnya. Sedangkan Adi Hidayat berpenampilan yang berbeda menggunakan baju koko atau batik serta memakai peci. Gaya penyampaiannya lebih formal serta langsung menyampaikan dalil dengan jelas dan penyampaian materi menggunakan papan tulis.

Dakwah dengan memanfaatkan media sosial juga banyak berkembang dikalangan anak muda Indonesia. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya akun-akun di media sosial yang menyebarkan Islam dengan berbagai cara seperti, postingan foto, video, *caption*, dan lain-lain. Dengan memanfaatkan *instagram*, mereka kerap membagikan kegiatan-kegiatan keagamaannya. Seperti, Muzammil Hasballah, Taqy Malik, Syakir Daulay, dan lain-lain. Masing-masing dari mereka memiliki akun *Instagram* dan telah diikuti oleh sejumlah pengikut. Muzammil Hasballah memiliki 3,6 juta pengikut,⁷

⁵ "Hanan Attaki - YouTube," diakses 4 Juli 2020, <https://www.youtube.com/channel/UCIm0qD-5Yk38NM6KuQvfjQ>.

⁶ "Adi Hidayat Official - YouTube," diakses 4 Juli 2020, https://www.youtube.com/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ.

⁷ "Muzammil Hasballah (@muzammilhb) • Foto dan video Instagram," diakses 4 Juli 2020, <https://www.instagram.com/muzammilhb/?hl=id>.

Taqy malik dengan jumlah pengikut sebanyak 2 juta,⁸ dan Syakir Daulay dengan pengikut sebanyak 4 juta.⁹

Di aceh generasi muda yang ikut berpartisipasi dalam pengembangan dakwah dengan memanfaatkan media social *Youtube* adalah Zulfan Afdhillah. *Channel Youtube* miliknya dengan nama Rabbanians ID. Akun ini banyak membahas tentang ketuhanan, mukjizat mukjizat, serta mengupas pertanyaan-pertanyaan yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari. Berdiri pada 24 Oktober 2012, *channel youtube* nya telah diikuti oleh 346 ribu pengikut. Jumlah video yang telah diunggah sebanyak 100 video dan jumlah penayangan di setiap videonya mencapai puluhan ribu. Jika dikalkulasikan jumlah penayangan seluruh videonya mencapai 41.703.190 kali penayangan.¹⁰

Berdasarkan diskursus terkait anak muda dan gerakan dakwah telah dilakukan oleh sejumlah akademisi seperti, Muhammad Hatta, Imas Mutiawati, Guntur Cahyono, dan Syamsuriah. Muhammad Hatta menjelaskan bahwa antusias belajar agama di media sosial dilandasi pada kekaguman yang berlebihan terhadap sosok pendakwah.¹¹ Berdasarkan penelitian tersebut, mereka mengakses konten agama Islam di media sosial tidak dilandasi rasa ingin tahu, tetapi dilandasi rasa kekaguman kepada pendakwah.

⁸ "#JuraganSaffron (@taqy_malik) • Instagram Photos and Videos," diakses 4 Juli 2020, https://www.instagram.com/taqy_malik/.

⁹ "Syakir Daulay (@syakirdaulay) • Foto dan video Instagram," diakses 4 Juli 2020, <https://www.instagram.com/syakirdaulay/>.

¹⁰ "Rabbanians ID - YouTube," diakses 4 Juli 2020, <https://www.youtube.com/channel/UCcEkCinc5nPnRXAPTbOA3Q>.

¹¹ M Hatta, "Media Sosial, Sumber keberagaman Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat," *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2 Oktober 2019): 1, <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>.

Imas Mutiawati menjelaskan bahwa media sosial *Instagram* dapat digunakan sebagai sarana dakwah.¹² Banyak pendakwah yang memanfaatkan *Instagram* sebagai sarana untuk berdakwah secara lisan, tulisan, perbuatan. Dakwah secara lisan di *Instagram* diterapkan melalui siaran langsung menggunakan fitur *Instagram live*. Dakwah secara tulisan disalurkan melalui *caption* di postingan. Serta dakwah dengan perbuatan yang dilakukan dengan mengunggah foto atau video kegiatan amal di *feed instagram*.

Selanjutnya, hasil penelitian Guntur Cahyono menyebutkan *Youtube* yang merupakan media pembelajaran baru telah memberi manfaat, dengan adanya konten-konten berisi berbagai materi pembelajaran. Pada *Youtube* berlaku komunikasi dua arah sehingga dapat menghasilkan *feedback* antara si pemberi materi dan yang menerima materi bahkan antar sesama pengakses konten tersebut atau biasa disebut dengan netizen. Dalam hal dakwah *Youtube* merupakan hal yang baru namun lazim diterima di kalangan masyarakat¹³

Di samping itu, Syamsuriyah menjelaskan Penguasaan teknologi sangat dibutuhkan demi berlangsungnya dakwah di kalangan milenial.¹⁴ Hal ini demi menjaga kelangsungan dakwah dikalangan anak muda, Alasannya, karena saat ini pada umumnya setiap individu bergantung pada alat komunikasi *gadget*, sehingga sangat memungkinkan dakwah dapat mudah diakses.

¹² Imas Mutiawati, "Dakwah dan Media Sosial" (Semarang, Universitas Negeri Wali Songo, 2018), 149.

¹³ Guntur Cahyono dan Nibros Hassani, "Yotube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran," *Al-Hikmah* 13, no. 1 (20 Mei 2019): 37, <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.

¹⁴ Syamsuriyah, "Tantangan Dakwah di Era Milenial" 16, no. 2 (2019): 1.

Sebagaimana yang di katakatakan oleh Pam Nilan dan Charles Feixa anak muda akan terus membentuk identitas dirinya atas dasar kesadaran dari dirinya sendiri (*self conscious invention*) dan dan penemuan kembali (*reinvention*).¹⁵ Oleh karena itu, penulisan artikel ini akan membahas tentang anak muda dan gerakan dakwah. Penulis akan fokus pada akun *Youtube* Rabbanias ID dan anak muda. Artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penulis mendapatkan data dengan cara wawancara secara online melalui whatsapp dengan pemilik akun Rabbanians ID, dokumentasi, dan observasi secara online. Penulis juga mengumpulkan data secara online baik melalui *website*, media sosial dan *Youtube*. Peneliti ingin melihat bagaimana keterlibatan generasi milenial di bidang dakwah, serta bagaimana pengelolaan konten dakwah di di *Channel Youtube* Rabbanians ID. Sumber data akan diperoleh dengan memanfaatkan data online, laman *Youtube*, serta jurnal-jurnal ilmiah.

Munculnya Gerakan Dakwah Di Indonesia

Dakwah memiliki pengertian yang beragam, dari segi bahasa dakwah berasal dari kata *annida'* yang berarti memanggil, menyeru. Selanjutnya dakwah juga bermakna membela atau menegaskan.¹⁶ Secara terminologi dakwah berarti suatu kegiatan untuk menyampaikan dan mengajarkan serta mempraktikkan ajaran Islam ke dalam realitas kehidupan.¹⁷

Munculnya gerakan dakwah di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang, namun karena artikel ini

¹⁵ Jayeel Cornelio, "Book Review: Global Youths?: Hybrid Identities, Plural Worlds," 972, diakses 16 September 2020.

¹⁶ Lalu Muchsin dan Fauziah, *Psikologi Dakwah*, 1 ed. (Jakarta: Prenamedia Group, 2019), 4.

¹⁷ Lalu Muchsin dan Fauziah, 6.

memfokuskan pada generasi milenial, maka sejarah gerakan dakwah akan dimulai pasca orde baru. Setelah berakhirnya kepemimpinan Presiden Soeharto gerakan dakwah berkembang semakin masif.¹⁸ Hal ini disebabkan karena sebelumnya pergerakan dakwah terbatas karena terhalang oleh kebijakan orde baru yang melarang kegiatan-kegiatan gerakan mahasiswa diluar kampus seperti, Himpunan Mahasiswa Islam (HMI). Setelah mahasiswa mulai menggagaskan gerakan dakwah yang berpusat di masjid kampus dan masjid umum, serta tempat-tempat lainnya. Selain HMI, Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang ada sejak orde lama mulai menjalankan aksi dakwahnya secara terang-terangan. Sebelumnya, mereka melaksana kan dakwah secara tertutup dan dilakukan dalam kelompok kecil dan disebut “*usrah*” yang berarti keluarga.

Pada masa pemerintahan Soeharto, ia melancarkan kebijakan dengan membatasi kebijakan Islam. Ia menetapkan ideologi pancasila sebagai satu-satunya asas dalam politik dan bernegara. Kebijakan-kebijakan di masa Presiden Soeharto sejak tahun 1966-1984 telah memarjinalkan umat Islam.¹⁹ Berbagai rekayasa politik sosial yang dilakukan untuk memojokkan Islam. Misalnya, peraturan pemerintah pada tahun 1982 tentang larangan jilbab di sekolah, dan pembatasan dakwah. Pada masa ini hubungan Islam dan Negara menempatkan pola yang hegemonik, pada masa itu kebijakan Negara lebih mendominasi kehidupan sosial dan politik.

Runtuhnya orde baru menjadi titik berkembangnya tatanan negara, salah satunya terkait perkembangan Islam.

¹⁸ Dony Agung Triyanto, “Mengelola Hibridasi Identitas Anak Muda Islam” 5, no. 2 (2019): 119.

¹⁹ Ainur Ropik dan M Si, “Islam dan Sosial Politik Dekade 1990 –an (Sebuah Wacana Politik Islam Pasca Orde Baru),” 2013, 178.

Masyarakat Islam yang kecewa dengan kebijakan orde baru seolah mendapat peluang besar untuk berlomba-lomba menjalankan misi dakwah dengan berbagai cara.²⁰ Misalnya melalui televisi dengan menayangkan lagu-lagu islami dan sinetron islami. Selain itu, pasca runtuhnya kekuasaan baru banyak partai-partai islam bermunculan dengan menyertakan simbol-simbol serta asas-asas Islam didalamnya. Hal ini hanya bersifat sementara yakni hanya terjadi di pemilu pertama era reformasi yakni tahun 1999.²¹ Partai yang muncul berjumlah 11 namun partai tersebut tak bertahan lama, di antara partai yang masih bertahan sampai pemilu 2014 adalah Partai Amanat Nasional (PAN), Partai Keadilan Sejahtera (PKS), Partai Bulan Bintang (PBB) dan Partai Kebangkitan Bangsa (PKB).²²

Disamping itu, banyak pula Organisasi Masyarakat (atau disingkat ORMAS) Islam yang bermunculan, yang mampu mengalahkan gerakan keagamaan Islam besar yang muncul sebelumnya.²³ Misalnya Forum Pembela Islam (FPI), Laskar Jihad, Hizbut Tahrir, dan lain-lain. Mereka tampil berbeda dari gerakan sebelumnya misalnya dari segi pakaian mereka memakai baju putih, celana hitam diatas mata kaki, memakai peci atau sorban, serta memelihara jenggot.

Organisasi-organisasi Islam yang radikal dan fundamental tersebut, mendapat dua sisi penilaian.²⁴ Di satu sisi islam berkembang semakin maju dan berkembang, namun di sisi

²⁰ Aprinus Salam dan Ary Budiyanto, *Seni Bernuansa Islam Pasca Orde Baru* (Tasmania, 2005), 7.

²¹ Jungjungan Simorangkir, "Islam Pasca Orde Baru," no. 16 (2015): 206.

²² Simorangkir, 208.

²³ Zainal Zainal, "Gerakan Islamis di Sumatera Barat Pasca Orde Baru," *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 38, no. 2 (2 Desember 2014): 447, <https://doi.org/10.30821/miqot.v38i2.103>.

²⁴ M. Sauki, "Perkembangan Islam di Indonesia Era Reformasi," *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 10, no. 2 (7 November 2018): 451, <https://doi.org/10.32489/tasamuh.46>.

lain melekat stigma negatif. Hal ini disebabkan karena Islam sering diidentikkan dengan terorisme, para pelaku teror dan peledakan yang terjadi dimana-mana dilakukan oleh Muslim. Terlepas dari penilaian tersebut, Islam juga telah mengalami perkembangan terutama dari segi pemikiran serta nilai-nilai keagamaan. Di era reformasi, umat islam jumlahnya meningkat 88%.²⁵ Penyebarannya meliputi kota-kota besar sampai daerah terpencil. Umat Islam memiliki rasa tanggung jawab untuk mendakwahkan Islam baik secara verbal maupun praktis. Kegiatan ini marak dilaksanakan mulai dari lorong-lorong kecil sampai hotel-hotel besar.

Kaidah syar'i sesuai islam juga merambah ke bidang ekonomi. Pada tahun 1992 sampai 1998 terdapat satu Bank Umum Syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia dan 78 Bank Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS) yang beroperasi.²⁶ Pada tahun 1998 muncul UU No. 10 tentang perubahan UU No. 7 tahun 1992. Hal ini memberikan beberapa peluang bagi pengembangan Bank Syariah. Pada tahun 1999 Bank Syariah mulai lahir di Indonesia. Bank-bank umum juga mulai membuka unit usaha syariah, hal ini bersamaan dengan diresmikannya UU perbankan.

Bersamaan dengan berkembangnya Islam, awal tahun 1990-an, Indonesia dikepung oleh budaya pop di kalangan remaja.²⁷ Perkembangan budaya pop ini terlihat dari munculnya novel, majalah, film dan komik. Hal ini membuat sebagian

²⁵ Sauki, 454.

²⁶ Agus Marimin dan Abdul Haris Romdhoni, "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (10 Februari 2017): 81, <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.

²⁷ Najib Kailani, "Kepanikan Moral Dan Dakwah Islam Populer (Membaca Fenomena 'Rohis' di Indonesia)," *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 11, no. 1 (2011): 7, <https://doi.org/10.24042/ajsk.v11i1.604>.

kalangan muslim merasa khawatir, mereka berasumsi bahwa hal ini perkembangan budaya pop akan mengajak remaja muslim Indonesia untuk mengikuti budaya tersebut, seperti berpakaian seksi, dan lain-lain. Hal ini menimbulkan kepanikan moral.²⁸

Situasi ini mendorong beberapa mantan aktivis dakwah di kampus, untuk membuat majalah islami dengan menyasarkan anak muda sebagai pembacanya. Pada tahun 1991 aktivis dakwah kampus seperti Helvy Tiana Rosa dan Tadzkiatun Nafs Azzahara mendirikan majalah *Annida*. *Annida* dalam bahasa Arab bermakna panggilan, ajakan atau seruan.²⁹ Dalam konteks majalah *annida* berarti seruan untuk wanita muslimah agar mengalamai ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai majalah yang menyasar anak muda, majalah ini kerap menyelipkan kata-kata yang dianggap keren pada masanya seperti *telmi* (telat mikir) *jorki* (jorok), dan lain-lain. Serta menyelipkan bahasa arab di dalamnya misalnya kata *syar'i* dan *trendi*. Semenjak pertama kali terbit majalah ini telah mengalami perubahan motto sebanyak lima kali.³⁰

Selain di bidang penulisan, dunia pertelevisian juga diwarnai dengan munculnya artis-artis yang mulai berhijab seperti Inneke Koeshrawati yang mulai berhijab sejak 2001.³¹ zaskia Adya Mecca yang mulai berhijab sejak berusia 17 tahun

²⁸ Kailani, 4.

²⁹ Kailani, 8.

³⁰ Kailani, 8.

³¹ "Dulu Dikenal dengan Citra Menggoda, Kini 10 Artis ini Mantap Berhijab," diakses 4 Juli 2020, <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/dulu-dikenal-dengan-citra-menggoda-kini-10-artis-ini-mantap-berhijab/9>.

yakni tahun 2005.³² Oki Setiana Dewi yang berhijab pada tahun 2005, serta Dewi Sandra.³³

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa perkembangan dakwah Islam di Indonesia banyak mengalami problematika dan rangkaian perubahan politik di Indonesia. Gerakan dakwah Islam saat ini dinilai semakin gencar dilakukan terlebih saat perkembangan teknologi berkembang pesat. Para generasi muda Muslim mengambil peran dan langkah untuk menyebarkan ajaran Islam sesuai dengan penggunaan media sosial. Milenial muslim saat ini melanjutkan misi penyebaran dakwah dengan cara *kekinian*. Potret anak muda dan dakwah milenial akan penulis jelaskan pada sub bab berikutnya.

Youtuber Muda dan Dakwah Islam

Perkembangan internet bermula pada tahun 1996 dan mulai masuk ke Indonesia menurut Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia. Media social pertama adalah *six degress.com* pada tahun 1997. Selanjutnya media sosial yang populer di Indonesia adalah *Friendster.com*, dengan pengguna mencapai 8,2 juta hingga tahun 2010. Selanjutnya pada tahun 2006 *Facebook* hadir dan dapat diakses oleh semua orang.³⁴

³² "Cerita Zaskia Mecca Saat Berhijab: Terjebak di Seminar hingga Dapat Peran Utama," kumparan, diakses 4 Juli 2020, <https://kumparan.com/kumparanhits/cerita-zaskia-mecca-saat-berhijab-terjebak-di-seminar-hingga-dapat-peran-utama-1tXBF4Jk8Eq>.

³³ "5 Artis Berhijab dengan Segudang Prestasinya - Citizen6 Liputan6.com," diakses 4 Juli 2020, <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2134371/5-artis-berhijab-dengan-segudang-prestasinya>.

³⁴ Dewi Kartika Sari, Ido Prijana Hadi, dan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, ed., *Information and communication technology, dan literasi media digital*, Cetakan pertama (Malang: ASPIKOM bekerjasama dengan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Universitas Kristen Petra Surabaya, Universitas Muhammadiyah Malang, dan Buku Litera, 2015), 11.

Sejalan dengan perkembangan *Facebook* muncul satu *micro blogging* yang hanya dapat menulis 140 karakter yang bernama *Twitter*.³⁵ Pembuatan *Twitter* di mulai sejak tahun 2006 dan pada April 2007 *Twitter* resmi menjadi sebuah perusahaan dengan nama *Twitter,Inc.* dan pada saat itu pula kepopuleran *Twitter* di rasakan.

Selain *Twitter*, media sosial yang masih banyak digunakan sampai sekarang adalah *Instagram* yaitu aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan memungkinkan untuk menggunakan filter digital.³⁶ *Instagram* mulai di kenal pada tahun 2010. Media sosial lainnya yaitu, *path*, dan belakangan ini maraknya pengguna *Youtube*.

Media sosial umumnya digunakan oleh anak muda. Menurut *google consumer behavior* 50% dari penduduk Indonesia adalah pengguna internet, dan setengah dari pengguna internet tersebut adalah *digital native*.³⁷ *Digital native* adalah generasi muda yang lahir saat internet telah menjadi bagian dari hidup mereka.

Kehadiran internet memberi kemudahan karena dapat diakses tanpa terbatas ruang dan waktu.³⁸ Selain itu internet dapat diakses oleh siapa saja termasuk generasi milenial yang bergerak di bidang keagamaan.³⁹ Generasi muda yang bergerak

³⁵ Andrea Eka Premasadha Harrera, "Pemanfaatan Media Sosial *Twitter* oleh Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai dengan Fungsi Utama Media Massa," *Jurnal The Messenger* 8, no. 2 (29 Juli 2016): 54, <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i2.335>.

³⁶ Edwin Edrianta Surijah, "Membedah *Instagram*: Analisis Isi Media Sosial di Bali" 8, no. 2 (2016): 2.

³⁷ Lucy Pujasari Supratman, "Penggunaan Media Sosial oleh *Digital Native*," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2 Juni 2018): 48, <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>.

³⁸ Rediana Setiyani, "Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar," 2010, 118.

³⁹ Moch Fakhruroji, "Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah," 2017 16, no. 1 : 83.

di bidang dakwah seperti Muzammil Hasballah, Taqy Malik, Syakir Daulay, dan lain-lain. Mereka juga menggunakan media sosial sebagai sarana untuk berdakwah.

Muzzamil Hasballah memanfaatkan media sosialnya untuk berdakwah secara *kekinian*.⁴⁰ Muzammil memiliki akun *Youtube* yang telah diikuti oleh 1,48 juta pengguna *Youtube*. Akunnya berdiri sejak 10 Juli 2018, telah mengunggah sebanyak 101 video. Di dalamnya terdapat video-video *murottal* Alquran serta video yang berisi pengajaran tentang irama-irama dalam membaca Alquran dan tata cara membaca Alquran.⁴¹ Selain itu ia juga memiliki akun *Instagram* yang mempunyai pengikut sejumlah 3,6 juta dengan jumlah postingan sebanyak 428.⁴² Muzammil menggunakan media untuk berdakwah khususnya untuk mengajarkan membaca Alquran, hal ini berdasarkan pengamatannya bahwa 54% umat Islam di Indonesia buta huruf Alquran.⁴³

⁴⁰ PT Viva Media Baru- Viva, "Muzammil Hasballah, Kampanye Islam Lewat Jejaring Sosial," 6 Juni 2016, <https://www.viva.co.id/berita/nasional/781236-muzammil-hasballah-kampanye-islam-lewat-jejaring-sosial>.

⁴¹ "Muzammil Hasballah - YouTube," diakses 4 Juli 2020, <https://www.youtube.com/channel/UC0sFBTGaDS8Ghsdw1iUcxA>.

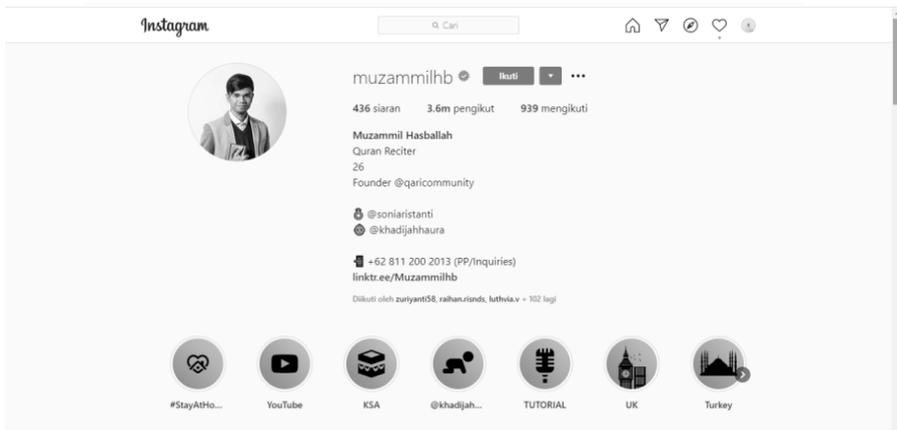
⁴² "Muzammil Hasballah (@muzammilhb) • Foto dan video Instagram."

⁴³ "Makna Hijrah dan Cara Dakwah ala Qari Kondang Muzammil Hasballah," diakses 4 Juli 2020.



Gambar 1: Akun *Youtube* Muzammil Hasballah

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa Muzammil Hasballah aktif menggunakan media sosial *Youtube* dengan tujuan berdakwah. Akun *Youtube* nya memfokuskan kepada dakwah dan cara membaca alquran yang ditujukan kepada umat Islam yang masih buta huruf Alquran serta ditujukan kepada umat islam yang sudah bisa membaca alquran namun *tajwid* nya belum benar. Seperti pada video di atas yang mengajarkan cara membaca surah Al-fatiah. surah ini merupakan surah pembuka dalam Alquran dan merupakan rukun shalat dan penting untuk dipelajari.



Gambar 2: Akun *Instagram* Muzammil Hasballah

Selain di Youtube, Muzammil Hasballah juga aktif berdakwah di akun *Instagram* pribadinya. Hal ini dapat dilihat pada tampilan *bio* di akun nya yang bertulis *Quran Reciter*. Pada keterangan bio akunnya juga tertulis *founder @qaricomunity*. Hal ini memberi gambaran bahwa Muzammil juga aktif berdakwa diluar media sosial. Akun instagramnya telah mengunggah sebanyak 428 yang terdiri dari kegiatan kesehariannya, kegiatan dakwah, serta bacaan-bacaan alquran.

Selanjutnya, Taqy Malik di akun youtubenanya sering membagikan berbagai kegiatan keagamaannya seperti mengaji, eksperimen sosial serta kajian bersama teman-temannya.⁴⁴ Akun *Youtube* pribadinya berdiri sejak 29 Mei 2015 dan telah diikuti oleh 475 ribu pengikut, jumlah video yang di unggah sebanyak 59 video. Selain *Youtube*, *Instagram* nya juga telah

⁴⁴ Anggi Mayasari, "6 Fakta Taqy Malik, CEO Berstatus Duda Dijodohkan Netizen dengan Ria Ricis," wolipop, diakses 4 Juli 2020, <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4976327/6-fakta-taqy-malik-ceo-berstatus-duda-dijodohkan-netizen-dengan-ria-ricis>.

diikuti oleh 2 juta pengikut dengan jumlah postingan sebanyak 641.⁴⁵



Gambar 3: akun *Youtube* Taqy Malik⁴⁶

Gambar diatas merupakan salah satu video yang di unggah oleh Taqy Malik pada akun Youtubenanya. Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa Taqy ikut berpartisipasi dalam menyebarkan dakwah melalui media *Youtube*. Video unggahan diatas berisi *tips* untuk membaca Alquran agar bisa bertahan lama. Dalam video tersebut ia berkolaborasi bersama adiknya Dhuha Malik. Dakwah-dakwah yang disampaikan dalam akun *Youtube* nya ringan dan *kekinian*.

⁴⁵ "#JuraganSaffron (@taqy_malik) • Instagram Photos and Videos."

⁴⁶ "Taqy Malik - YouTube," diakses 4 Juli 2020, <https://www.youtube.com/channel/UC1hCuHHCOD0Y2L1NjB6y46w>.



Gambar 4: Akun *Instagram* Taqy Malik

Gambar diatas merupakan salah satu postingan dari Taqy Malik yang berisi bacaan ayat Alquran QS Ali Imran ayat 26-29. Dari unggahan foto, video, serta *Instagram TV* nya dapat dilihat bahwa, ia berperan aktif dalam menyebarkan dakwah islam. Walaupun pada tampilan *feed* di *Instagram* nya terdapat beberapa postingan yang bukan mengenai dakwah. Postingan tersebut berupa kegiatannya sehari-hari sebagai anak muda.

Generasi muslim milenial selanjutnya Syakir Daulay, di akun Youtube nya ia kerap meng-*cover* lagu bernuansa islami,⁴⁷ selain itu akunnya berisi bacaan-bacaan alquran dengan menggunakan berbagai irama, sholawat, namun juga terdapat video tentang kegiatannya sehari-hari. Akun *Youtube* nya berdiri sejak 9 Februari 2016 dan dinamai Syakir Daulay, telah

⁴⁷ "Sosok Syakir Daulay, Hafiz Quran dan Aktor Muda Asal Aceh, Pernah Sekolah di Bireuen dan Main Film," Serambi Indonesia, diakses 4 Juli 2020, <https://aceh.tribunnews.com/2020/05/10/sosok-syakir-daulay-hafiz-quran-dan-aktor-muda-asal-aceh-pernah-sekolah-di-bireuen-dan-main-film>.

mengikuti pengikut sejumlah 2,98 juta pengikut, serta telah mengunggah video sebanyak 124 video.⁴⁸

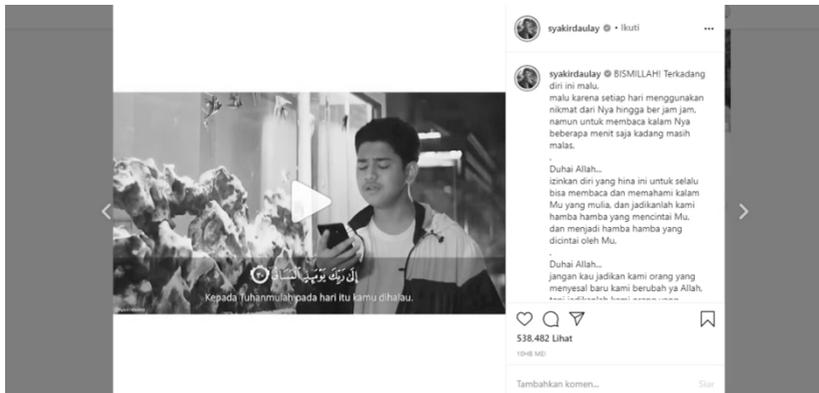


Gambar 5: akun *Youtube* Syakir Daulay⁴⁹

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa Syakir Daulay, aktif berdakwah di media sosial Youtube. Akunnya berisi video-video dakwah keagamaan, misalnya pada gambar di atas. Lewat video tadabur surah Al Asr- lima perkara sebelum lima perkara ini, ia menjelaskan tentang lima hal yang perlu di jaga sebelum lima hal tersebut hilang yang merujuk kepada surah Al-Asr.

⁴⁸ “Syakir Daulay - YouTube,” diakses 4 Juli 2020, https://www.youtube.com/channel/UC2zvYA-I_HtKfQnjNGY2VFA.

⁴⁹ “Syakir Daulay - YouTube.”



Gambar 6: akun *Instagram* Syakir Daulay⁵⁰

Gambar di atas merupakan salah satu postingan dari akun *Instagram* Syakir Daulay. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa Syakir juga aktif berdakwah di media sosial menggunakan *Instagram* nya. Pada postingan tersebut dapat dilihat unsur dakwah terdapat pada videonya serta *caption* di bawah nya.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa gerakan dakwah milenial saat ini sangat massif terjadi di Indonesia. Beberapa pendakwah milenial telah berperan aktif dalam menyebarkan konten-konten dakwah Islam melalui beragam media sosial. Maka dari itu artikel ini akan mengerah kepada gerakan dakwah Islam kaum milenial. Penulis akan mengkaji bagaimana anak muda di Aceh bernama Zulfan Afdhillah berdakwah melalui akun Youtube nya Rabbanians ID.

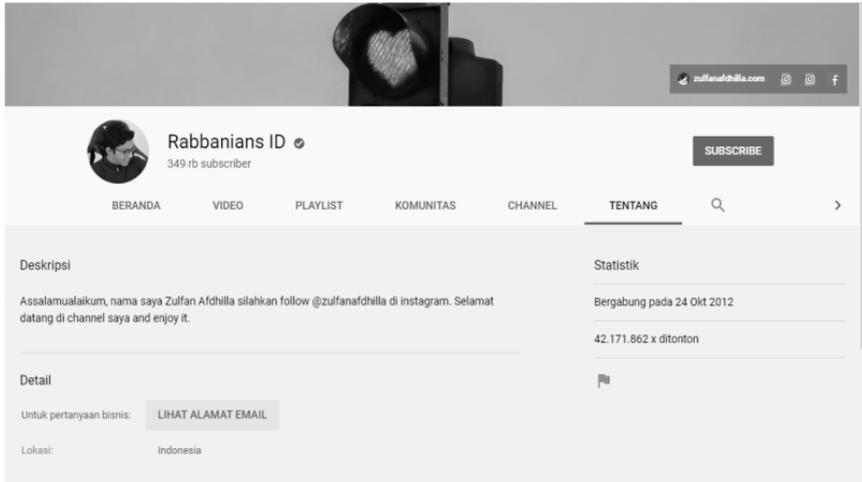
⁵⁰ "Syakir Daulay (@syakirdaulay) • Foto dan video Instagram."

Youtuber Islami Aceh: Rabbanians ID

Seiring berkembangnya teknologi dan ilmu pengetahuan, dakwah juga ikut berkembang. Hal ini merupakan akibat dari perkembangan ilmu pengetahuan dan berbagai kajian. Salah satu indikator dari perkembangan tersebut adalah munculnya bentuk dakwah baru, yang memformulasikan pesan, metode dan tujuan pelaksanaannya dengan tujuan mewujudkan persaudaraan manusia.⁵¹ Hasil dari perkembangan tersebut banyak melahirkan pendakwah-pendakwah muda di Indonesia seperti yang sudah disebutkan pada penjelasan sebelumnya. Tak terkecuali di Aceh, yang memanfaatkan media sosial *Youtube* sebagai media untuk berdakwah.

Youtuber muda asal Aceh yang aktif berdakwah di media sosial salah satunya bernama Zulfan Afdhilla. Zulfan merupakan alumni Ilmu Alquran dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Ia memiliki akun *Youtube* yang diberi nama Rabbanians ID. Akun tersebut berdiri pada tanggal 24 Oktober 2012. Rabbanians telah mengunggah sebanyak 100 video, jumlah pengikutnya mencapai 347 ribu pengikut. Video pertamanya di unggah pada 24 Desember 2012. Video tersebut berjudul "*miracle of Alquran, Azan yang sangat indah dan syahdu*" yang telah ditonton sebanyak 40.662 kali oleh pengguna *Youtube*. Akun ini baru memfokuskan pada konten dakwah sejak tahun 2017 setelah sebelumnya berisi konten-konten yang bersifat lebih umum.

⁵¹ Iftitah Jafar dan Mudzhira Nur Amrullah, "Dakwah Relasi Agama (Studi Preliminari Berbasis Al-Quran)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 20, no. 1 (1 Juni 2019): 146, <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9609>.



Gambar 7: Akun Youtube Rabbanians ID⁵²

Nama Rabbanians dianggap cukup menarik oleh pemilik akun dan sesuai pada untuk jaman milenial. Pada dasarnya Rabbanians berasal dari Bahasa Arab yaitu “*Rabbaniyun*” yang merupakan bentuk jamak dari kata “*rabbani*” diambil dari kata “*Rabb*” yang berarti pencipta, pengatur, pelindung makhluk yaitu Allah SWT. Kemudian diberi imbuhan huruf “*alif*” dan “*nun*” yang berarti orang yang memiliki sifat sesuai dengan yang Allah harapkan.⁵³

Akun tersebut awalnya tercipta secara tidak sengaja oleh Zulfan Afdhilla. Akun tersebut awalnya merupakan wadah baginya untuk menuangkan opininya tentang keagamaan. Hal ini ternyata mendapat sambutan positif dari berbagai pihak. Sehingga Zulfan memutuskan untuk melanjutkan untuk

⁵² “Rabbanians ID - YouTube.”

⁵³ “Generasi ‘Rabbani’ - Serambi Indonesia,” diakses 4 Juli 2020, <https://aceh.tribunnews.com/2014/01/10/generasi-rabbani>.

berdakwah pada akun tersebut setelah sebelumnya berdakwah melalui *blog* pribadinya. Hingga saat ini akun tersebut telah terverifikasi Zulfan masuk kedalam enam *Youtuber* muda Aceh dengan penghasilan tertinggi di Aceh, dengan penghasilan mencapai 273 hingga 4,4 dolar AS atau setara dengan RP 3,8 juta sampai RP 62,2 juta.⁵⁴

Video-video di akun *Youtube* nya terbagi kedalam beberapa tema pembahasan di antaranya, *miracle of Alquran and Sunnah*, jawaban tentang tuduhan non-muslim, wawasan lintas agama dan khazanah Islam, dan sejarah Islam. Topik-topik tersebut secara keseluruhannya di tujukan kepada banyak kalangan seperti, umat Islam yang awam, non-muslim, serta generasi milenial.

Adapun sumber-sumber yang digunakan ketika ia membuat video beragam, mulai dari buku, *e-book*, *website* resmi, ceramah dari tokoh-tokoh Islam, kajian, bahkan bertanya langsung kepada ahlinya. Akun tersebut dikelola olehnya secara independen hal ini. Semua proses dilakukan sendiri oleh pemilik akun, mulai dari proses pembuatan materi, perekaman video, pengeditan sampai pengunggahan video ke *channel Youtube* nya. membuat *channel* ini berbeda dari *channel* dakwah dan keagamaan lainnya, yang biasanya dikelola oleh tim dan manajemen. Tidak ada upaya khusus darinya untuk mempromosikan akun dakwahnya tersebut. *Channel* tersebut akan muncul dengan sendirinya di beranda pengguna *Youtube* jika sering mengakses konten-konten keagamaan.

Meskipun memberi kemudahan, dakwah melalui media sosial juga tak lepas dari kekurangan. Misalnya ketika proses

⁵⁴ "6 YouTuber Aceh dengan Penghasilan Miliaran Rupiah," kumparan, diakses 4 Juli 2020, <https://kumparan.com/acehkini-admin/6-youtuber-aceh-dengan-penghasilan-miliaran-rupiah-1550403272383126979>.

produksi yang sedikit melelahkan, serta proses pengumpulan data dan membuat materi agar otentik, ilmiah namun dapat mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Selain kekurangan juga terdapat beberapa tantangan seperti komentar-komentar buruk atau negatif dari penonton.

Selain aktif berdakwah melalui media sosial *Youtube* Zulfan juga bergabung dalam beberapa organisasi Islam lainnya diantara organisasi Islam yang pernah di ikuti oleh nya adalah Rohani Islam (Rohis) sebagai anggota bidang Humas, Ketua Bidang Humas Lembaga Dakwah Fakultas, Ketua Umum Lembaga Dakwah Fakultas, Anggota QAF Ar-Raniry, Ketua Bidang Humas QAF Ar-Raniry.

Seperti yang telah di sebutkan diatas, channel ini berisi tentang tema tema tertentu, berikut penjelasan tema-tema yang ditampilkan dalam *Channel Youtube* Rabbanians ID:

Miracle of alquran and sunnah.

Pada tema ini terdapat video-video yang berisi tentang penjelasan tentang mukjizat Alquran yang belum diketahui oleh banyak orang. Video dengan tema tersebut telah di unggah sebanyak tujuh video dengan durasi video berkisar antara tujuh menit sampai 20 menit. Salah satu judul yang menarik adalah “*ga percaya mukjizat alquran, tonton video ini*”. Pemilik akun kerap sangat memperhatikan pemilihan judul dari setiap videonya, salah satu gunanya adalah untuk menarik perhatian. Dari video-video unggahan nya dapat di katakan bahwa Zulfan telah berpartisipasi dalam penyebaran dakwah melalui media sosial *Youtube*.

Menjawab tuduhan non muslim

Video dengan tema menjawab tuduhan non muslim telah di unggah sebanyak 24 video. Video tersebut rata-rata memiliki durasi belasan menit. Video-video tersebut pada dasarnya ditujukan kepada non-muslim yang sering mempertanyakan tentang keberadaan dan wujud Allah SWT, namun video tersebut juga di tujukan kepada umat islam untuk memperkuat *Aqidah* dan menambah wawasan tentang *Tauhid*. Hal ini dirasa cukup penting mengingat banyaknya godaan-godaan yang dapat menggoyah keyakinan jika tidak didasari pada pengetahuan. Dari video tersebut dapat dilihat bahwa *channel* tersebut telah ikut andil dalam penyebaran dakwah di bidang *Tauhid*.

Wawasan Islam lintas agama

Video dengan tema wawasan Islam lintas agama di tujukan untuk umum. Dari video dengan tema tersebut dapat dilihat bahwa *channel* tersebut bukan *channel* yang membahas tentang keagamaan dari satu pihak saja. Hal ini bermaksud untuk menambah wawasan bagi semua orang, sehingga dapat meminimalisir konflik antar agama, serta menumbuhkan rasa saling hormat antar umat beragama. Tema ini masih berhubungan dengan tema sebelumnya yakni tema menjawab tuduhan non-muslim. Zulfan merasa tertarik untuk membahas tema ini guna mencari titik temu dengan tema sebelumnya. Dari video unggahannya dapat dilihat bahwa Rabbanians aktif berdakwah di bidang keagamaan dengan memanfaatkan media sosial.

Sejarah Islam

Video dari tema sejarah Islam, video tersebut bertujuan untuk memberi wawasan keislaman berbagai kalangan. Salah satu video nya berjudul “*Ini Dia! Tokoh Yang Membawa Berhala Ke Kota Mekkah!*”. Pada video ia membahas tentang sosok yang membawa berhala ke Kota Mekkah dengan melihat kembali sejarah di masa lalu. Video ini berdurasi 17 menit dengan jumlah tontonan sebanyak 49 ribu kali. Pada di awal video ia mengatakan bahwa pengetahuan yang ia bagikan lewat video tersebut belum 100% komplit dan ia juga mengharapkan masukan dari penonton guna melengkapi sejarah tersebut. Dari kalimat tersebut dapat dilihat bahwa YouTuber Zulfan tidak pernah menolak dan menutup diri dari masukan guna memperkaya pengetahuan. Dari video tersebut dapat dilihat bahwa Rabbanians ID aktif berdakwah tentang wawasan keislaman dengan menggunakan media sosial *Youtube*.

Dari beberapa gambaran di atas, dapat dilihat bahwa generasi Muslim milenial di Aceh, telah berpartisipasi dalam menyebarkan dakwah Islam dengan cara yang *modern* dan *kekinian*. Kehadiran *channel* Rabbanians ID sebagai bukti bahwa dakwah di Aceh juga telah berkembang. Dari segi penyampaian nya yang tidak lagi klasik, dan kaku, tapi telah menyesuaikan zaman dengan menggunakan media sosial *Youtube* sebagai wadahnya.

Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, dapat di simpulkan bahwa, dakwah di kalangan generasi milenial kini banyak menggunakan media sosial sebagai perantaranya. Hadirnya *Youtube* sebagai salah

satu media sosial yang digunakan oleh berbagai kalangan telah memberi kemudahan bagi para pendakwah untuk lebih mudah dalam menyebarkan ajaran Islam kepada berbagai kalangan.

Berbagai cara dilakukan dengan tujuan berdakwah, misalnya melalui unggahan video di Youtube tentang cara membaca Alquran seperti yang dilakukan oleh Muzammil, mengunggah video yang menjelaskan kandungan dari suatu surah dalam Alquran seperti yang dilakukan oleh Syakir daulay, serta mengunggah video obrolan santai namun dengan menyertakan unsur dakwah di dalamnya seperti yang dilakukan Taqy Malik. Masing-masing dari pendakwah yang bermunculan di media sosial tersebut memang memiliki ciri khas.

Di Aceh, Salah satu *channel Youtube* yang berisi konten dakwah yaitu Rabbanians ID yang di kelola oleh zulfan Afdhilla. Akun tersebut dikelola secara independen olehnya. Melalui akun tersebut ia menyebarkan pengetahuan keagamaan hingga mengantarkannya menjadi enam youtuber berpenghasilan tertinggi di Aceh. Dari sini dapat di lihat bahwa youtube juga merupakan sumber penghasilan ekonomi untuk saat ini. Akun tersebut telah membahas beberapa tema yang ditujukan untuk berbagai kalangan. Dari akun tersebut dapat dilihat bahwa penyampaian dakwah terutama di kalangan milenial telah mengalami perkembangan dan sesuai dengan zamannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, Guntur, dan Nibros Hassani. "Youtube Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran." *Al-Hikmah* 13, no. 1 (20 Mei 2019): 23. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v13i1.1316>.
- Cornelio, Jayeel. "Book Review: Global Youths?: Hybrid Identities, Plural Worlds." Diakses 16 September 2020. https://www.academia.edu/196599/Book_Review_Global_Youths_Hybrid_Identities_Plural_Worlds.
- Fakhruroji, Moch. "Sikap Akademisi Dakwah Terhadap Internet Sebagai Media Dakwah." *2017* 16, no. 1 (t.t.): 12.
- Harrera, Andrea Eka Premasadha. "Pemanfaatan Media Sosial Twitter oleh Ridwan Kamil dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai dengan Fungsi Utama Media Massa." *Jurnal The Messenger* 8, no. 2 (29 Juli 2016): 52. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i2.335>.
- Hatta, M. "Media Sosial, Sumber keberagaman Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat." *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan* 22, no. 1 (2 Oktober 2019): 1-30. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>.
- Jafar, Iftitah, dan Mudzhira Nur Amrullah. "Dakwah Relasi Agama (Studi Preliminari Berbasis Al-Quran)." *Jurnal Dakwah Tabligh* 20, no. 1 (1 Juni 2019): 145. <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9609>.
- Kailani, Najib. "Kepanikan Moral Dan Dakwah Islam Populer (Membaca Fenomena 'Rohis' di Indonesia)." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 11, no. 1 (2011): 1-16. <https://doi.org/10.24042/ajsk.v11i1.604>.
- Lalu Muchsin, dan Fauziah. *Psikologi Dakwah*. 1 ed. Jakarta: Prenamedia Group, 2019.

- Marimin, Agus, dan Abdul Haris Romdhoni. "Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 1, no. 02 (10 Februari 2017). <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>.
- Mas'udi, Mas'udi. "Peranan Media Dalam membentuk Sosio-Kultural dan Agama Masyarakat (Menggagas Prinsip-prinsip Etis dalam Jurnalistik)" 1, no. 2 (2013): 21.
- Mayasari, Anggi. "6 Fakta Taqy Malik, CEO Berstatus Duda Dijodohkan Netizen dengan Ria Ricis." wolipop. Diakses 4 Juli 2020. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-4976327/6-fakta-taqy-malik-ceo-berstatus-duda-dijodohkan-netizen-dengan-ria-ricis>.
- Mutiawati, Imas. "Dakwah dan Media Sosial." Universitas Negeri Wali Songo, 2018.
- Ritonga, Muslimin. "Komunikasi Dakwah Zaman Milenial" 3, no. 1 (2019): 18.
- Ropik, Ainur, dan M Si. "Islam Dan Sosial Politik Dekade 1990 –an (Sebuah Wacana Politik Islam Pasca Orde Baru)," 2013, 10.
- Rustandi, Ridwan. "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam." *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2019): 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.
- Salam, Aprinus, dan Ary Budiyanto. *Seni Bernuansa Islam Pasca Orde Baru*. Tasmania, 2005.
- Sari, Dewi Kartika, Ido Prijana Hadi, dan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, ed. *Information and communication technology, dan literasi media digital*. Cetakan pertama. Malang: Aspikom bekerjasama dengan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Universitas Kristen Petra Surabaya, Universitas Muhammadiyah Malang, dan Buku Litera, 2015.
- Sauki, M. "Perkembangan Islam di Indonesia Era Reformasi." *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 10, No. 2 (7 November 2018): 443–58. <https://doi.org/10.32489/tasamuh.46>.

- Setiyani, Rediana. "Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar," 2010, 17.
- Simorangkir, Jungjungan. "Islam Pasca Orde Baru," no. 16 (2015): 18.
- Serambi Indonesia. "Sosok Syakir Daulay, Hafiz Quran dan Aktor Muda Asal Aceh, Pernah Sekolah di Bireuen dan Main Film." Diakses 4 Juli 2020. <https://aceh.tribunnews.com/2020/05/10/sosok-syakir-daulay-hafiz-quran-dan-aktor-muda-asal-aceh-pernah-sekolah-di-bireuen-dan-main-film>.
- Supratman, Lucy Pujasari. "Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2 Juni 2018). <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>.
- Suriyah, Edwin Edrianta. "Membedah Instagram: Analisis Isi Media Sosial di Bali" 8, no. 2 (2016).
- Syamsuriah. "Tantangan Dakwah di Era Milenial" 16, no. 2 (2019).
- Triyanto, Dony Agung. "Mengelola Hibridasi Identitas Anak Muda Islam" 5, no. 2 (2019).
- Viva, PT Viva Media Baru-. "Muzammil Hasballah, Kampanye Islam Lewat Jejaring Sosial," 6 Juni 2016. <https://www.viva.co.id/berita/nasional/781236-muzammil-hasballah-kampanye-islam-lewat-jejaring-sosial>.
- Zainal, Zainal. "Gerakan Islamis di Sumatera Barat Pasca Orde Baru." *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman* 38, no. 2 (2 Desember 2014). <https://doi.org/10.30821/miqot.v38i2.103>.