

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA DAKWAH: NARASI CERAMAH GUS BAHA DAN DERRY SULAIMAN DALAM MEMPROMOSIKAN HIDUP BERORIENTASI AKHIRAT

Ade Ratnasari¹

¹Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: ade.ratnasari@uin-suka.ac.id

Abstrak. Media sosial saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Setiap waktu, media sosial diakses dan menjadi aktivitas rutin masyarakat sehari-hari. Konten di media sosial, selain memberikan hiburan, juga dapat memberikan dampak buruk, di antaranya memengaruhi kehidupan menjadi lebih konsumtif dan senang berperilaku narsis. Banyak masalah yang dapat timbul dari hidup konsumtif, seperti pengeluaran yang lebih besar daripada pendapatan, bahkan untuk memenuhi keinginan yang tidak sesuai dengan kemampuan, sehingga banyak yang terjebak dalam pinjaman online. Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplorasi gaya penyampaian dakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh Gus Baha dan Derry Sulaiman. Selain itu, tulisan ini juga bertujuan untuk mengetahui relevansi konten ceramah dengan realitas masalah di masyarakat. Apakah konten ceramah tersebut dapat diterima dan efektif dalam mengurangi kecenderungan hidup mewah dan konsumtif, serta apakah konten tersebut dapat mendorong penonton untuk hidup lebih sederhana dan lebih mengutamakan kehidupan akhirat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena data yang diperoleh berupa kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Objek penelitian ini adalah ceramah Gus Baha dan Derry Sulaiman di kanal YouTube. Hasil studi menunjukkan bahwa pilihan kata pada narasi ceramah melalui media sosial yang disampaikan oleh Gus Baha dan Derry Sulaiman dapat diterima oleh masyarakat. Narasi dalam kedua ceramah tersebut juga mendorong penonton untuk hidup sederhana dan selalu mengingat kehidupan akhirat.

Kata kunci: Dakwah, media sosial, konsumtif, hidup sederhana, kehidupan akhirat.

Abstract. Social media is currently undergoing very rapid development. It is accessed constantly and has become a routine activity for people in their daily lives. While social media content provides entertainment, it can also have negative impacts, such as promoting a more consumerist and hedonistic lifestyle. Many problems can arise from a consumerist lifestyle, including spending beyond one's means, often to fulfil desires that exceed personal financial capacity, which has led many to fall into the trap of online loans. This article aims to explore the style of delivering da'wah (Islamic preaching) through social media, as practised by Gus Baha and Derry Sulaiman. Additionally, it seeks to assess the relevance of their lecture content in addressing societal problems. The study will examine whether the content is both acceptable and effective in reducing tendencies towards luxurious and consumerist living and whether it encourages viewers to adopt a simpler lifestyle while prioritizing the afterlife. This study uses a qualitative approach, as the data collected consists of words, both spoken and written. The subjects of this research are the lectures of Gus Baha and Derry Sulaiman on their YouTube channels. The results of the study indicate that the narrative style used by Gus Baha and Derry Sulaiman in their social media lectures is well-accepted by the public. Both lectures also encourage viewers to live more simply and to always keep the afterlife in mind.

Keyword: Islamic preaching, social media, consumerist, simpler lifestyle, afterlife.

PENDAHULUAN

Media sosial saat ini berkembang sangat pesat dan menjadi aktivitas yang tidak pernah ditinggalkan baik di waktu senggang maupun aktivitas mencari kebutuhan melalui media sosial. Media sosial merupakan saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (Engkus et al., 2017). Beberapa contoh media sosial seperti whatsapp, facebook, instagram, tiktok menjadi aplikasi favorit sehari-hari (M. A. Harahap & Adeni, 2020). Pengguna internet menggunakan media sosial selain untuk hiburan, untuk promosi produk (Purbohastuti, 2017), bahkan untuk aktivitas mengkaji ilmu agama (Habibi, 2018; Maulana et al., 2020). Akses yang mudah terhadap media sosial tidak lain karena terjangkau biaya koneksi internet, juga semakin banyaknya pembuat konten (*content creator*) yang terlibat aktif dalam membuat konten-konten yang menghibur.

Akses terhadap media sosial apabila tidak dibatasi maka akan berdampak buruk seperti waktu terbuang untuk hal yang sia-sia, dan juga terpengaruh konten yang tidak baik dari konten sosial media. Dampak buruk lain yaitu tumbuhnya perilaku narsis di kalangan pengguna yaitu kebiasaan untuk menonjolkan atau memamerkan kehidupan pribadi serta barang-barang mewah atau aktivitas lain yang bertujuan untuk memamerkan kemewahan. Narsistis adalah perilaku di mana seseorang memiliki cinta diri sendiri yang sangat ekstrim, paham yang menganggap diri sendiri sangat superior dan sangat penting ada *extremeself-impotency* (Muslimin &

Yusuf, 2020). Hal itu dilakukan untuk memenuhi keinginan agar dihormati atau bahkan dianggap sebagai orang yang memiliki status sosial tertentu (Ardi, 2018). Biasanya perilaku narsis ini dilakukan oleh para selebriti walaupun tujuan awalnya untuk kebutuhan endorse atau memperkenalkan produk dengan tujuan pemasaran produk. Namun akhirnya perilaku narsis ditiru dan dilakukan oleh khalayak masyarakat.

Lebih lanjut, dampak terlalu sering mengakses media sosial adalah munculnya perilaku konsumtif. Instagram sebagai salah satu media sosial yang paling diminati menjadi tempat berbagi layanan jejaring sosial dan berbagi foto. Para artis nasional maupun mancanegara sering menggunakan Instagram ini berbagi kabar kehidupan pribadi ataupun *endorse* yaitu mengiklankan produk untuk dijual. Bahkan para *online shop* atau toko online menggunakan media sosial ini untuk berjualan. Online shop telah menjamur di media sosial Instagram searah dengan semakin berkembangnya bisnis dan semakin meningkatnya kebutuhan di masyarakat. Ada kalangan yang berfikir bahwa membeli produk dengan harga mahal akan meningkatkan rasa percaya diri (Fitria, 2015). Bila dibiarkan terus menerus maka kebiasaan membeli barang mahal di Instagram akan mendorong perilaku konsumtif (Istikharotullaila, 2020).

Dampak buruk media sosial lainnya adalah terbukanya peluang untuk terjebak pada pinjaman online yang seringkali diiklankan melalui media sosial. Seseorang yang memaksakan diri memenuhi keinginan agar dikenal sebagai orang kaya atau membeli barang-barang yang tidak sesuai dengan kemampuan ekonominya maka akan terdorong untuk melakukan pinjaman online. Banyaknya tayangan iklan pinjaman online mendorong pengguna media sosial untuk melakukan pinjaman. Sebuah studi menunjukkan bahwa pengguna pinjaman online banyak di kalangan dengan usia yang belum mapan secara ekonomi yaitu umur 20an (Tjhia & Putri, 2024). Betapa kompleksnya masalah yang timbul akibat dari kebiasaan untuk memenuhi keinginan yang tidak disertai kemampuan untuk mewujudkannya. Semakin banyaknya pengguna pinjaman online, maka masalah yang dihadapi menjadi semakin kompleks dan tidak berujung. Orang-orang yang terjebak dalam pinjaman online akan melakukan segala cara untuk membayar utang karena tagihan yang jatuh tempo dan juga jumlah utang yang semakin lama semakin memberatkan. Hidup pun menjadi tidak tenang dan dapat mendorong untuk melakukan perbuatan kriminal seperti mencuri atau pun membunuh (Yulianti et al., 2024).

Selain dampak buruk, media sosial juga memiliki dampak positif yaitu menambah pertemanan, sebagai sarana untuk mendapatkan hiburan, dan juga meningkatkan skala bisnis atau usaha. Bahkan, peran strategis media sosial dapat juga dimanfaatkan sebagai media menyampaikan dakwah Islam. Hal ini disebabkan karena media sosial yang mudah diakses memungkinkan bagi pendakwah untuk lebih mudah menyampaikan pesan dakwah tanpa para *mad'u* atau orang yang menjadi target dakwah harus mendatangi masjid atau tempat pengajian berlangsung. Dakwah melalui media sosial ini menjadi sangat mudah, murah, dan dapat dilakukan kapan pun selama ada waktu dan koneksi internet. Dakwah melalui media sosial ini pun dilakukan oleh banyak pendakwah terkenal, termasuk Gus Baha dan Derry Sulaiman. Manfaat media sosial untuk dakwah ini dapat menjadi solusi dari masalah yang timbul dari dampak buruk media sosial di mana penggunaannya untuk hal-hal yang bersifat konsumtif dan perilaku narsis.

Dakwah berasal dari bahasa Arab yaitu kata *da'a* yang berarti mengajak, memanggil atau mengundang. Sedangkan *da'i* berarti orang yang mengajak kepada jalan Allah (Dianto, 2018). Dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 dikatakan bahwa dakwah adalah menyeru kepada jalan Tuhan dengan hikmah dan pengajaran yang baik. Dakwah hendaklah dilakukan tanpa kenal lelah baik secara diam-diam ataupun secara terang-terangan. Walaupun ketika melakukan dakwah, seorang *da'i* mendapatkan tantangan dan penolakan. Hal ini pernah dialami oleh Nabi Nuh sebagaimana yang disampaikan di dalam Al-Quran surat Nuh ayat 5-9.

Dakwah sangat penting dilakukan dalam pengembangan masyarakat Islam, karena dakwah dapat menjawab keraguan masyarakat Muslim ketika menghadapi masalah dalam hidup dengan memberikan penjelasan. Dakwah juga dapat menggerakkan masyarakat untuk melakukan sesuatu yang dapat menjadi solusi atas permasalahan yang dihadapi (Dianto, 2018). Seorang pendakwah atau disebut ulama menempati kedudukan yang istimewa. Mereka adalah tempat meminta fatwa, petunjuk atau nasehat (Gazali, 2016). Dakwah menjadi praisai pertama yang dapat mencegah maraknya penyakit masyarakat ataupun perbuatan kriminal. Seorang yang sering mendapatkan nasehat tentu akan berfikir ulang untuk melakukan perbuatan kriminal seperti mencuri, merampok, membunuh dan lain sebagainya. Dakwah juga dapat menawarkan solusi ketika seseorang sedang menghadapi masalah misalnya masalah rumah tangga, masalah pergaulan dengan anggota masyarakat lain, aktivitas mencari nafkah ataupun masalah di lingkungan pekerjaan. Bersama dengan para pemimpin dan para penegak hukum, maka peran ulama dan pendakwah begitu sangat penting dalam membangun masyarakat yang adil damai sentosa dan sejahtera.

Fungsi dakwah adalah untuk menegakkan kalimat Allah dan mengajak Muslim untuk senantiasa terjaga dalam perbuatan yang sesuai dengan yang diperintahkan oleh Allah Subhanahu Wata'ala. Aturan Allah yang terdapat di dalam Al-Quran adalah senantiasa untuk menjaga kebaikan manusia itu sendiri dan menjauhkan

manusia dari kerusakan di muka bumi. Dakwah juga berfungsi mendorong seluruh perbuatan manusia agar senantiasa diwarnai oleh ajaran Islam. Istilah amar ma'ruf nahi munkar berarti menyuruh orang berbuat baik dan mencegah atau melarang orang berbuat jahat. Sebagaimana yang disampaikan di dalam Al-Quran surat Ali-Imron ayat 104 yaitu perintah agar ada di antara kita orang-orang-orang yang mengajak orang untuk berbuat baik dan melarang berbuat jahat. Hal ini tentu agar sebuah negeri mendapatkan keberkahan dan terhindar dari murka Allah.

Setiap pendakwah memiliki gaya dan ciri khas tersendiri dalam menyampaikan pesan dakwah, baik dari segi penampilan, bahasa yang digunakan, maupun cara penyampaian pesannya (Septian, 2023). Bahasa yang digunakan dan penampilan seharusnya disesuaikan dengan target dakwah. Isi dari narasi dakwah pun harus relevan dengan target dakwah yang dituju (Verolyna & Syaputri, 2021). Beberapa tokoh yang terlibat di dalam dakwah biasanya menyesuaikan dengan target dakwahnya. Beberapa pendakwah berikut sangat aktif melakukan dakwah melalui media sosial kanal youtube.

Beberapa pendakwah yang populer di dunia maya di antaranya adalah Ustadz Adi Hidayat, Ustadz Khalid Basalamah, Ustadz Felix Siauw, Gus Baha dan juga Ustadz Derry Sulaiman. Masing-masing pendakwah ini memiliki gaya berceramah yang berbeda-beda yang sesuai dengan target dakwah masing-masing. Misalnya Gus Baha berasal dari kalangan santri maka target dakwahnya banyak dari kalangan santri. Sementara Ustadz Derry Sulaiman yang merupakan mantan rocker atau penyanyi rok maka target dakwahnya sebagian besar adalah kalangan selebity terutama penyanyi.

Berikut ini pada Tabel 1. ditampilkan beberapa tokoh pendakwah yang menggunakan media sosial sebagai sarana penyampai dakwah. Setiap akun *youtube* masing-masing pendakwah memiliki *subscriber* atau pelanggan yang cukup banyak bahkan ada yang mencapai 5,26 juta *subscriber*.

Tabel 1. Strategi dakwah beberapa tokoh pendakwah

| Nama Pendakwah | Target Dakwah | Gaya Bahasa | Area Topik Pesan Dakwah | Akun <i>youtube official</i> | Jumlah Subscriber per 1 Oktober 2024 |
|----------------------|--------------------------------|--|---------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| Ust Adi Hidayat | Pelajar dan masyarakat umum | Banyak menukil ayat Al-Quran | Hafalan Quran, Aqidah, Ibadah | Adi Hidayat Official | 5,26 juta |
| Ust Khalid Basalamah | Masyarakat Umum dan selebriti | Benyak menukil ayat Al Qur'an dan hadits | Aqidah, Fiqih, Sirah Nabi | Khalid Basalamah Official | 2, 98 juta |
| Ust Felix Siau | Generasi Milenial | Memakai istilah sederhana | Islamologi, Kristologi, Sejarah Islam | Felix Siauw | 1 juta |
| Gus Baha | Masyarakat umum dan santri | Benyak menukil ayat Al Qur'an dan hadits | Aqidah, Ibadah dan kajian kitab | -NU Online -SANTRI GAYENG | -1,31 juta -492 ribu |
| Derry Sulaiman | Masyarakat umum dan para artis | Memakai istilah sederhana dan lagu | Aqidah dan kematian, dakwah | Derry Sulaiman And Sahabat | 549 ribu |

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi narasi isi dakwah dan pemilihan bahasa yang digunakan oleh pendakwah melalui media sosial dalam rangka mengurangi dampak negatif dari media sosial yaitu keinginan untuk pamer kehidupan mewah, perilaku konsumtif dan menyadarkan tentang mengingat hari kematian dan kehidupan di akhirat. Selain itu, tulisan ini juga bertujuan untuk mengetahui relevansi konten ceramah dengan realitas masalah di masyarakat. Juga untuk mengetahui apakah konten ceramah tersebut dapat diterima dan efektif dalam mengurangi kecenderungan hidup mewah dan konsumtif, serta apakah konten tersebut dapat mendorong penonton untuk hidup lebih sederhana dan lebih mengutamakan kehidupan akhirat. Dengan demikian narasi ceramah yang dipilih adalah narasi yang digunakan oleh pendakwah Gus Baha dan Derry Sulaiman. Latar belakang pemilihan narasi ceramah kedua tokoh tersebut adalah karena subagian besar narasi menggunakan pilihan kata yang mendorong untuk hidup sederhana saat di dunia, dan agar lebih sibuk mempersiapkan bekal untuk kehidupan akhirat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena data yang diperoleh berupa kata-kata, baik lisan maupun tulisan. Objek penelitian ini adalah ceramah Gus Baha dan Derry Sulaiman di kanal YouTube. Objek penelitian ini adalah materi ceramah Gus Baha dan Ustadz Derry Sulaiman yang tersebar luas melalui kanal *youtube*. Sumber data penelitian ini yakni berupa dua konten video pada kanal *youtube Cak Kliwon* dengan judul “Ikuti Takdir Allah Swt, Nikmat Hidup Sesungguhnya - Ini Penjelasan Gus Baha (8/10/2022)” yang berisi tentang ajakan untuk mengikuti takdir Allah. Latar belakang pemilihan video ini adalah karena video ini telah ditonton sebanyak 3,6 juta kali dan isinya banyak dikreasi ulang menjadi konten baru oleh para pembuat konten dengan background yang berbeda namun isi pesan ceramahnya masih sama. Sementara satu video lainnya yaitu konten video pada kanal *youtube Derry Sulaiman And Sahabat* dengan judul “Merasa Cukup Dengan Pemberian Allah ~ Derry Sulaiman” yang telah tayang sebanyak 18 ribu kali.

Penelitian kualitatif memiliki beberapa metode pengumpulan data seperti dokumentasi, observasi, wawancara atau interview, survei, dan sejenisnya (N. Harahap, 2020). Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi, dan studi literatur yang relevan. Teknik observasi adalah suatu proses yang tersusun dari proses biologis dan psikologis (Agung & Yuesti, 2019). Sementara teknik observasi yang dilakukan adalah dengan melakukan observasi non partisan dan observasi tak berstruktur. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi kuantitatif, yaitu metode penelitian yang mengkaji isi informasi tertulis lebih memfokuskan pada isi komunikasi yang tampak (tersurat/manifest/nyata) (Ahmad, 2018). Selanjutnya, studi literatur yang dilakukan adalah mengumpulkan data penelitian yang dilakukan sebelumnya yang sejenis dari baik dari sisi tujuan dan metodenya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengeksplorasi bahasa dan pilihan kata yang digunakan pada pesan dakwah di dua video. Pemilihan kata yang diperoleh adalah sebagai berikut:

| Nama Pendakwah | Pesan Dakwah | Pilihan Kata |
|----------------|---|---|
| 1. Gus Baha | Menyadarkan tentang tauhid sifat Allah yang maha berkehendak dan maha kuasa | <p>Sifat Allah</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Ketika anda mensifati Allah. Ketika Anda mensifati Allah, dia yang menghidupkan. Sudah itu tanamkan. Sehingga, ketika kita mati, santai saja” 2. “Kenapa santai? Allah punya cara menghidupkan kita. Waktu kita hidup juga enggak tahu caranya mengelola jantung, mengelola paru-paru. Kamu juga enggak tahu mengelola oksigen yang tidak beracun, tidak mengandung polusi” |
| | Menyadarkan bahwa sifat manusia hanya bisa mengikuti takdir | <p>Sifat Manusia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “Padahal kita ini hanya objek. Objek kehendak Allah s.w.t. Karena kita yakin sesuatu yang terjadi di alam raya ini, kita tidak bisa apa-apa” 2. “Kamu merencanakan sesuatu, mau plesir, ternyata gempa. Mau wisata ke Rusia, ternyata perang. Kamu enggak pernah tahu apa yang akan terjadi besok” |
| | Menggapai rido Allah dengan hal-hal yang sederhana | “Sungguh-sungguh Allah sangat ridho. Ketika seorang hamba itu makan, makan, makan ketika sesuap nasi dia muji Allah, ketika minum seteguk nasi dia muji Allah, itu kalua orang diridhoni Allah itu wali betul, itu untuk jadi wali itu gampang, kamu makan ridho, kamu nginjak buminya Allah ridho seneng, kamu hidup seharian aman seneng” |

| | | |
|-------------------|--|--|
| | Menyadarkan untuk tidak menunda bersyukur | “Saya ini adalah Tuhan yang menurunkan air, kemudian ada tanaman banyak. Ada zaitun, ada tin. Ada perkebunan yang lebat. Tujuannya apa? Kata Allah, silahkan kamu pakai, kamu nikmati. Tapi karena kadang kita ini punya ide-ide besar. Tadi untuk syukur saja nunggu punya istirahat, rumah baik, tetangga baik, komunitas baik, semuanya baik baru syukur. Mau bersyukur saja kok repot” |
| 2. Derry Sulaiman | Pesan bahwa orang kaya itu adalah orang yang merasa cukup dengan pemberian Allah | “Orang kaya adalah orang yang memiliki harta yang melebihi kebutuhannya. Orang kaya sama dengan orang miskin. Orang miskin makan satu piring. Orang kaya makannya berapa piring? Sama. Orang miskin pakai baju satu lembar, celana satu lembar. Orang kaya? Sama. Kaya itu di sini nih. Bersyukur dengan apa yang Allah berikan” |
| | Menyadarkan tentang beratnya hisab di akhirat untuk orang kaya | “Di depan kita ini, di akhirat, ada sebuah jalan yang sangat berat dilewati oleh orang membawa bekal yang banyak. Orang-orang kaya berat melewati jalan ini. Kata Nabi, katakan orang kaya ini terlambat masuk surga ini 500 tahun daripada orang miskin. Karena rezeki yang halal akan dihisap, yang haram akan diazab. Mereka memiliki rumah yang gak pernah mereka tempati. Tapi bukan berarti gak boleh kaya” |
| | Definisi orang kaya yang sebenarnya | Dia kumpulkan harta sebanyak mungkin, dia gunakan seperlunya, sisanya beli masjid, Sudah berapa masjid mau dibangun? Itu orang kaya. Orang kaya itu siapa? Orang yang sudah berapa anak yatim yang disekolahkan? Sampai jadi hafiz Qur'an, jadi ulama. S1, S2, S3. Ada gak anak angkat ibu yang disekolahkan? Anak orang lain disekolahkan? Sudah berapa pesantren yang dinafkahkan, yang disantuni? Sudah berapa orang yang diberkalkan haji dan umrah? Itu orang kaya. |
| | Menyadarkan akan pentingnya berbekal untuk kematian dan akhirat | Kita kadang-kadang lupa diri. Lupa dengan akhirat, lupa dengan kematian. Maka Rasulullah S.A.W. katakan orang yang paling cerdas. Siapa? Orang yang paling banyak zikirul maut. Orang yang paling banyak mengingat mati dan mempersiapkan bekal matinya.” |
| | Anjuran menjadi pemimpin yang membantu Agama Allah | “Gubernur itu, satu tanda tangan maka bisa tumbang sebuah gedung. Dalam hitungan detik ditutup ijinnya. Close. Berapa banyak pahalanya. Kalau seorang pemimpin, dia imam rakyatnya. Sholat jutaan rakyatnya. Semua pahala ngalir pemimpinnya. Namun banyak pemimpin, Diberikan jabatan nggak digunakan untuk membantu agama Allah. Justru untuk menumpuk-numpuk kekayaan” |

Berdasarkan tabel 2 di atas, narasi ceramah Gus Baha pada media sosial memiliki tema tentang mudahnya beribadah dan mencapai rido Allah dapat dilakukan dengan melakukan hal-hal keseharian. Bahasa yang digunakan cukup sederhana dan mudah dipraktikkan yaitu jika kita bersikap rido dengan pemberian Allah berupa pemberian makanan, minuman, dan aktivitas lain, maka Allah pun akan rido dengan perbuatan kita tersebut. Walaupun kita sebagai manusia menginginkan hal-hal lain yang Allah belum berikan maka kalau Allah tidak berkehendak maka tidak bisa terwujud. Gus Baha menekankan bahwa sifat Allah yang maha berkehendak, sementara manusia hanya sebagai objek yang hanya bisa menerima kehendak dan takdir Allah SWT. Relevansinya dengan berbagai masalah yang dialami masyarakat bahwa apapun yang dialami manusia adalah kehendak Allah SWT. Sehingga tidak perlu mengejar hal-hal yang belum Allah berikan sebagaimana hal-hal yang dipertontonkan oleh para selebriti di media sosial seperti kehidupan pribadi yang mewah dan memamerkan kekayaan. Dalam hal ini budaya narsis yang sering terjadi pada sebagian besar penonton adalah termasuk hal yang harus dikurangi.

Pada video tersebut juga disampaikan bahwa kehidupan dan kematian adalah kehendak Allah. Ketika manusia tidak tahu bagaimana dia hidup, manusia tidak terlibat dalam mengontrol kerja jantung, paru-paru dan suplai oksigen. Oleh karena itu ketika datang kematian, maka manusia tidak dapat berupaya apa-apa. Pesan dakwah ini sangat relevan dengan masalah yang dihadapi manusia seperti sakit yang berkepanjangan ataupun kematian anggota keluarga terdekat.

Pesan Gus Baha berikutnya yaitu manusia sebaiknya untuk bersyukur tidak perlu menunggu syarat terpenuhi ataupun kondisi lain yang lebih ideal sesuai angan-angannya, misalnya menunggu rumah nya besar, menunggu punya kendaraan mewah dan lain sebagainya. Sebagaimana Allah menurunkan hujan dan sejumlah tumbuh-tumbuhan sebagai makanan maka bersyukur dapat langsung dilakukan.

Beralih ke video ke-2 yaitu dari pendakwah Derry Sulaiman, narasi dakwahnya lebih menekankan untuk mengubah cara berfikir tentang kekayaan. Kekayaan yang sebenarnya adalah ketika merasa cukup dengan pemberian Allah. Kekayaan yang sebenarnya adalah ketika kekayaan dipakai membangun masjid ataupun menyantuni fakir miskin dan menyekolahkan anak yatim. Ustadz Derry Sulaiman menyampaikan tentang beratnya hisab orang kaya dengan orang miskin. Disebutkan orang kaya dihisab lebih lama 500 tahun dibandingkan orang miskin. Oleh karena itu dalam pesan dakwahnya disampaikan tentang betapa cerdas orang yang paling banyak mengingat mati dan selalu sibuk untuk berbekal untuk hari setelah kematian. Pesan dakwah ini sangat relevan dengan kecenderungan penonton yang berorientasi untuk menjadi kaya misalnya seorang pembuat konten (content creator) yang ingin menjadi viral atau followernya banyak agar dapat berpenghasilan jutaan dari kanal youtube, namun terkadang upaya tersebut dilakukan dengan cara membuat *konten* video yang tidak bermutu atau tidak mendidik. Melalui pesan dakwah ini, penonton diingatkan bahwa setiap harta yang didapatkan akan dihisab atau diminta pertanggungjawaban. Sehingga seorang muslim akan secara hati-hati memilah sumber-sumber penghasilan yang tidak jelas.

Pesan berikutnya pada video ustadz Derry Sulaiman adalah bahwa peran strategis pemimpin misalnya seorang Gubernur dalam mengajak orang-orang yang dipimpinnya kepada kebaikan. Bagaimana aturan yang dikeluarkan oleh seorang pemimpin apabila itu dalam rangka mengajak untuk berbuat baik maka pahala akan mengalir pula kepada sang pemimpin tersebut. Bahkan tanda tangan seorang pemimpin sangat penting misalnya untuk menutup sebuah tempat yang dipakai untuk hal-hal yang bermaksiyat kepada Allah SWT. Narasi dakwah tersebut juga berisi anjuran kepada para pemimpin untuk tidak menumpuk-numpuk kekayaan apalagi sumbernya adalah hasil korupsi tentu hal ini juga tidak untuk ditiru oleh para penonton kanal youtube.

Dengan demikian konten-konten media sosial termasuk video di kanal youtube yang lebih mengkampanyekan untuk hidup sederhana, mengenal sifat Allah, mengingat kematian dan semangat untuk berbekal untuk akhirat, adalah sangat relevan dapat dapat dijadikan solusi berbagai masalah yang muncul akibat dampak negatif dari penggunaan media sosial. Bahkan termasuk hal yang sangat positif yaitu munculnya pencipta konten yang mereplika video menjadi lebih pendek dan dengan menambahkan narasi teks sehingga pesan menjadi lebih mudah dicerna oleh para penonton sehingga pesan dakwah menjadi lebih mudah sampai kepada sasaran dakwah dalam hal ini penonton kanal youtube. Banyaknya jumlah tayang masing-masing video menunjukkan bahwa video yang berisi pesan dakwah kedua tokoh tersebut diterima oleh masyarakat. Banyak para penonton yang mengisi kolom komentar baik hanya sekedar menyapa ataupun bertanya tentang tema yang sedang dibahas. Hal ini menunjukkan partisipasi aktif dari penonton dalam kegiatan dakwah tersebut.

KESIMPULAN

Dakwah yang dilakukan Gus Baha dan juga Ustadz Derry Sulaiman melalui media sosial kanal youtube sangat relevan dengan berbagai masalah yang timbul akibat dampak negatif yaitu perilaku konsumtif dan perilaku narsistik sebagai akibat dari penggunaan media sosial yang semakin marak. Dakwah semacam ini sangat diterima oleh sasaran dakwah yaitu umat muslim penonton *youtube*. Hal ini dapat dilihat dari jumlah tayang masing-masing video. Banyaknya penonton yang ikut berkomentar menunjukkan bahwa dakwah melalui media sosial tersebut sangat mudah diakses dan pesan mudah dicerna. Narasi kedua video tersebut mampu menyadarkan tentang pentingnya hidup sederhana, mengingat Allah, mengingat kematian dan anjuran berbekal untuk kehidupan akhirat. Para pembuat konten dapat lebih berkreasi dalam membuat video yang mengajak penonton untuk tujuan tersebut agar lebih banyak dari sisi jumlah dan lebih menarik dari sisi tampilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). Metode-Penelitian-Bisnis-Kuantitatif-Dan-Kualitatif. In *CV. Noah Aletheia* (Vol. 1, Issue 1).
- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *Research Gate*, 5(9), 1–20. https://www.academia.edu/download/81413125/DesainPenelitianContentAnalysis_revisedJumalAhmad.pdf
- Ardi, R. (2018). Pemburu “Like”: Efek Narsisme Dan Kebutuhan Rekognisi Pada Pengguna Instagram. *Ecopsy*, 5(3), 138–148.
- Dianto, I. (2018). Peranan dakwah dalam proses pengembangan masyarakat Islam. *Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 12(1), 98–118.
- Engkus, E., Hikmat, H., & Saminnurahmat, K. (2017). Perilaku narsis pada media sosial di kalangan remaja dan upaya penanggulangannya. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(2).
- Fitria, M. E. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Shopaholic Di Samarinda. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), halaman 121.
- Gazali, G. (2016). Hubungan Umara dan Ulama dalam Membentuk Kehidupan Sosio-Religius di Aceh Darussalam Masa Sultan Iskandar Muda (The Relation of Umara and Ulama in Shaping Socio-Religious life in Aceh Darussalam under Sultan Iskandar Muda’s Period). *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 16(2), 173–185.
- Habibi, M. (2018). Optimalisasi dakwah melalui media sosial di era milenial. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 12(1), 101–116.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13–23.
- Harahap, N. (2020). *Penelitian Kualitatif* (H. Sazali (ed.); Cet. Perta). Wal ashri Publishing.
- Istikharotullaila, N. N. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Orientasi Belanja Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Media Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta: FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Maulana, I., Saefullah, C., & Sukayat, T. (2020). Dakwah di Media Sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(3), 258–274.
- Muslimin, K., & Yusuf, M. D. (2020). Pengaruh penggunaan instagram terhadap perilaku narsisme di kalangan mahasiswa. *Jurnal An-Nida*, 12(2), 140–146.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Septian, M. N. H. (2023). *Pesan Dakwah Gus Baha dalam Channel Youtube NU Online “Betapa Mudahnya Masuk Surga.”* Skripsi UIN Prof. KH Shaifuddin Zuhri.
- Tjhia, E. A. I., & Putri, A. R. (2024). Motivasi dan Viral Marketing pada Aplikasi Tiktok terhadap Keputusan Pinjaman Online Igeneration di Kota Banjarmasin. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 5, 481–494.
- Verolyna, D., & Syaputri, I. K. (2021). Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 23–38.
- Yulianti, N., Masitoh, I., & Kencana, L. (2024). Edukasi Bahaya Pinjol Ilegal dan Judol serta Pencegahannya pada Remaja Desa Purbawinangun Kabupaten Cirebon. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 141–153.