

Analisis Wacana Kritis tentang Pengagungan Habib dalam Konten Dakwah Habib Ali Jindan di Youtube

Risa Husni Alfiah *, M Wildan Yahya, Ahmad Muttaqin

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

risahsn2123@gmail.com, wildanbinyahya@unisba.ac.id, ahmadmuttaqin@unisba.ac.id

Abstract. This study explores the construction of glorification discourse toward the figure of habib in the digital preaching content of Habib Ali Jindan on the YouTube platform. Preaching via social media has seen rapid development, especially in disseminating narratives that place the habib as a special figure due to their lineage to Prophet Muhammad (PBUH). This research aims to analyze how such glorification discourse is structured and how audiences respond, particularly through negative comments as a form of criticism toward the content. The study employs a qualitative descriptive approach using Teun A. van Dijk's Critical Discourse Analysis (CDA) model, focusing on textual structure, social cognition, and social context. Data were obtained from four videos of Habib Ali Jindan's sermons uploaded on three YouTube channels: Pencari Berkah Borneo, Ceramah Madura, and Islamic Brotherhood Television. The findings reveal that the glorification of habib is delivered systematically through linguistic structures, metaphorical narratives, and religious symbolism. However, the emergence of negative comments indicates public resistance to preaching content perceived as diverging from Islamic principles. This study contributes to the critical evaluation of digital da'wah and highlights the need for more contextual, inclusive, and theologically grounded religious communication

Keywords: *Critical Discourse, Digital Da'wah, Youtube.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji konstruksi wacana pengagungan terhadap sosok habib dalam konten dakwah digital Habib Ali Jindan di platform YouTube. Dakwah melalui media sosial mengalami perkembangan pesat, terutama dalam penyebaran narasi yang menempatkan habib sebagai figur istimewa karena kedekatannya dengan Nabi Muhammad saw. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana wacana pengagungan tersebut dibangun, serta bagaimana respon audiens, khususnya komentar-komentar negatif yang muncul sebagai bentuk kritik terhadap isi ceramah. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk, yang meliputi dimensi struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Data diambil dari empat video ceramah Habib Ali Jindan yang diunggah melalui tiga kanal YouTube, yaitu Pencari Berkah Borneo, Ceramah Madura, dan Islamic Brotherhood Television. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengagungan habib dalam ceramah disampaikan secara sistematis melalui struktur bahasa, narasi metaforis, dan simbol-simbol religius. Namun demikian, munculnya komentar negatif menunjukkan adanya resistensi publik terhadap isi dakwah yang dinilai menyimpang dari prinsip dasar Islam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi dalam pengembangan dakwah digital yang lebih kontekstual, inklusif, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Kata Kunci: *Wacana Kritis, Dakwah Digital, Youtube.*

A. Pendahuluan

Dakwah dalam konteks ajaran Islam tidak hanya dipahami sebagai bentuk ajakan biasa, melainkan merupakan suatu proses komunikasi yang terstruktur dan berkelanjutan untuk membimbing umat manusia agar mau menerima dan menjalankan ajaran Allah secara menyeluruh dalam kehidupan mereka. Proses ini mencakup berbagai metode penyampaian, baik secara lisan melalui ceramah atau dialog, tulisan melalui media cetak dan digital, maupun melalui keteladanan dalam perilaku dan tindakan sehari-hari. Dengan demikian, dakwah menjadi sarana penting untuk menanamkan nilai-nilai Islam secara utuh dalam aspek spiritual, moral, dan sosial masyarakat. (Nur, 2011).

Dalam beberapa waktu terakhir, fenomena mengenai keberadaan dan peran para habib di Indonesia semakin mengemuka. Para habib umumnya dipandang sebagai figur intelektual Islam ('alim) yang memiliki pemahaman mendalam terhadap ajaran agama, serta dikenal karena pendekatan dakwah yang santun dan peran aktif mereka dalam mengelola majelis-majelis dzikir serta sholawat. gelar Habib menjadi perbincangan hangat di berbagai platform media sosial. Individu yang menyandang gelar ini kerap memperoleh posisi istimewa di mata publik, bukan hanya karena garis keturunannya yang dipercaya bersambung dengan Nabi Muhammad saw. Tetapi juga karena kemampuannya dalam menguasai ajaran Islam secara mendalam. Figur habib sering kali dipersepsikan sebagai ulama yang berilmu ('alim), santun dalam menyampaikan dakwah, serta aktif dalam memimpin majelis dzikir dan sholawat. Meskipun demikian, dalam praktiknya, gelar Habib tidak lepas dari perdebatan publik, terutama ketika dikaitkan dengan ekspresi keberagamaan yang dianggap keras atau lantang, terutama dalam menyuarakan kritik terhadap kekuasaan atau terhadap pihak-pihak yang dianggap tidak sejalan dengan prinsip perjuangannya. Di sisi lain, banyak pula tokoh habib yang dikenal karena kelembutan, kasih sayang, dan penghormatannya terhadap sesama, serta konsisten dalam menyampaikan ajaran agama dengan pendekatan yang menyejukkan. (Bafadhal, 2022)

Ketika kita berdakwah dianjurkan untuk menyampaikan pesan dakwah yang baik dan benar. Agar dapat dimengerti oleh mad'u sehingga tidak akan salah dalam pengaplikasiannya. Perkembangan masyarakat semakin meningkat sehingga tuntutan makin beragam, membuat dakwah tidak bisa dilakukan secara tradisional agar dakwah yang akan disampaikan oleh *da'i* kepada mad'u dapat diterima secara lebih detail. (Dhela, 2020) Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media digital ini telah membawa dampak signifikan terhadap cara manusia memperoleh, menyebarkan, dan mengakses informasi. Transformasi ini terlihat dari adanya peralihan penggunaan media tradisional, seperti surat kabar, radio, dan televisi, menuju media digital yang berbasis internet. Pergeseran dari media lama ke media baru tersebut tidak hanya mengubah pola konsumsi informasi, tetapi juga memperluas ruang interaksi antar individu di berbagai belahan dunia. Melalui kehadiran platform digital dan jejaring sosial, proses komunikasi menjadi lebih terbuka, cepat, dan tidak terbatas oleh ruang maupun waktu. Kondisi ini menjadikan masyarakat lebih terhubung dan partisipatif dalam arus informasi global. (Pathia, 2014)

Saat ini, aktivitas dakwah telah mengalami perluasan ke ranah digital dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, khususnya untuk menjangkau generasi milenial yang akrab dengan teknologi. Media sosial menawarkan berbagai keunggulan, seperti aksesibilitas, interaktivitas, dan daya tarik visual, yang membuat penggunaannya cenderung menghabiskan waktu cukup lama dalam ruang digital tersebut. Salah satu strategi yang digunakan dalam menyebarluaskan pesan-pesan keislaman adalah melalui unggahan video kajian yang dipublikasikan di berbagai platform media sosial. Dalam konteks ini, internet berperan sebagai media baru yang memberikan kemudahan dalam proses penyebaran dakwah, karena memungkinkan pesan keagamaan tersebar secara cepat, luas, dan efisien kepada masyarakat global. (Muiz, 2015)

Beragam platform media sosial kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, dengan beberapa di antaranya yang paling sering digunakan antara lain WhatsApp, Twitter, Facebook, Line, TikTok, YouTube, dan berbagai aplikasi serupa lainnya. Platform-platform tersebut menawarkan kemudahan dalam berkomunikasi, berbagi informasi, serta menjadi sarana yang efektif dalam menjalin interaksi sosial di era digital. (Hamdan & Mahmuddin, 2021). YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang memiliki tingkat popularitas tinggi di berbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Keberadaan YouTube memungkinkan masyarakat untuk mengakses berbagai jenis informasi yang melampaui batas geografis dan waktu secara cepat dan

praktis, seperti berita, panduan keterampilan, hiburan, dan lain sebagainya. Platform ini menjadi pilihan utama bagi banyak pengguna karena memiliki daya jangkauan luas dan memberikan dampak positif, khususnya dalam penyebaran konten dakwah Islam. YouTube dinilai sebagai media yang efektif dalam menjangkau beragam lapisan masyarakat, karena mampu menyajikan materi dalam berbagai format sesuai kebutuhan dan minat audiensnya. (I Makna A'raaf K et al., 2021)

Penyebaran berbagai jenis informasi, seperti konten-konten dakwah. Yang menampilkan isi konten dakwah oleh Habib Ali Jindan. Habib Ali bin Jindan juga dikenal dengan dakwahnya pada ajaran Islam dengan pencerahan spiritual kepada umat. Konten dakwah yang banyak diakses banyak orang berharap mendapatkan wawasan ilmu agama yang mendalam. Objek penelitian ini akan lebih fokus kepada isi pesan dakwah yang disampaikan oleh Habib Ali Jindan. Habib Ali Jindan merupakan seorang pendakwah yang bernama asli Al Habib Ali Bin Abdul Aziz Bin Jindan.

Sebagai rujukan penulis dalam melakukan penelitian, penulis menghimpun kajian pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang masih selaras dengan apa yang sedang penulis teliti. Pertama, Jurnal karya Irfana Fairuzil Faradini, mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang berjudul "Analisis Respons Warganet pada Akun YouTube The Newsroom Net". Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana warganet merespons tayangan video yang menimbulkan kontroversi. Dengan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode netnografi, penelitian ini berfokus pada interaksi di kolom komentar YouTube. Teori yang digunakan adalah Stimulus-Organism-Response (S-O-R), yang digunakan untuk melihat bagaimana rangsangan dari konten video memicu reaksi dari warganet. Temuan penelitian ini mengidentifikasi dua tipe pengguna internet, yakni mereka yang menjunjung etika komunikasi dan yang lain yang menunjukkan perilaku kurang sopan dalam menyampaikan opini secara daring. Kesamaan antara penelitian ini dan penelitian penulis terletak pada fokus terhadap respons pengguna dalam kolom komentar dan sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya terletak pada metode analisis yang digunakan, di mana penelitian Faradini menggunakan pendekatan netnografi dan teori S-O-R, sedangkan penulis menggunakan metode analisis wacana kritis model Van Dijk.

Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam terhadap struktur teks, serta bagaimana teks tersebut dipengaruhi oleh proses kognitif dan kondisi sosial masyarakat yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, analisis tidak hanya berhenti pada aspek bahasa semata, tetapi juga menelusuri relasi kuasa, ideologi, serta konteks sosial-budaya yang membentuk dan direfleksikan dalam wacana.

Model AWK yang dikembangkan oleh Van Dijk menekankan pada keterkaitan antara struktur mikro (seperti pilihan kata, kalimat, dan koherensi), struktur makro (tema utama dalam wacana), dan superstruktur (susunan skematis teks). Ketiga unsur tersebut dianalisis secara terpadu untuk memahami bagaimana sebuah teks dibentuk, diterima, dan dimaknai oleh masyarakat. Van Dijk juga menegaskan bahwa bahasa bukanlah entitas yang netral, melainkan sarana yang digunakan untuk membentuk opini, mempertahankan kekuasaan, serta mereproduksi nilai-nilai sosial tertentu dalam masyarakat.

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi pada kajian komunikasi Islam, khususnya dalam analisis wacana dakwah digital. Dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk, penelitian ini memperlihatkan bagaimana konstruksi bahasa dapat mencerminkan nilai, ideologi, dan kekuasaan simbolik dalam ceramah keagamaan. Temuan ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang menelaah dinamika dakwah di era media sosial.

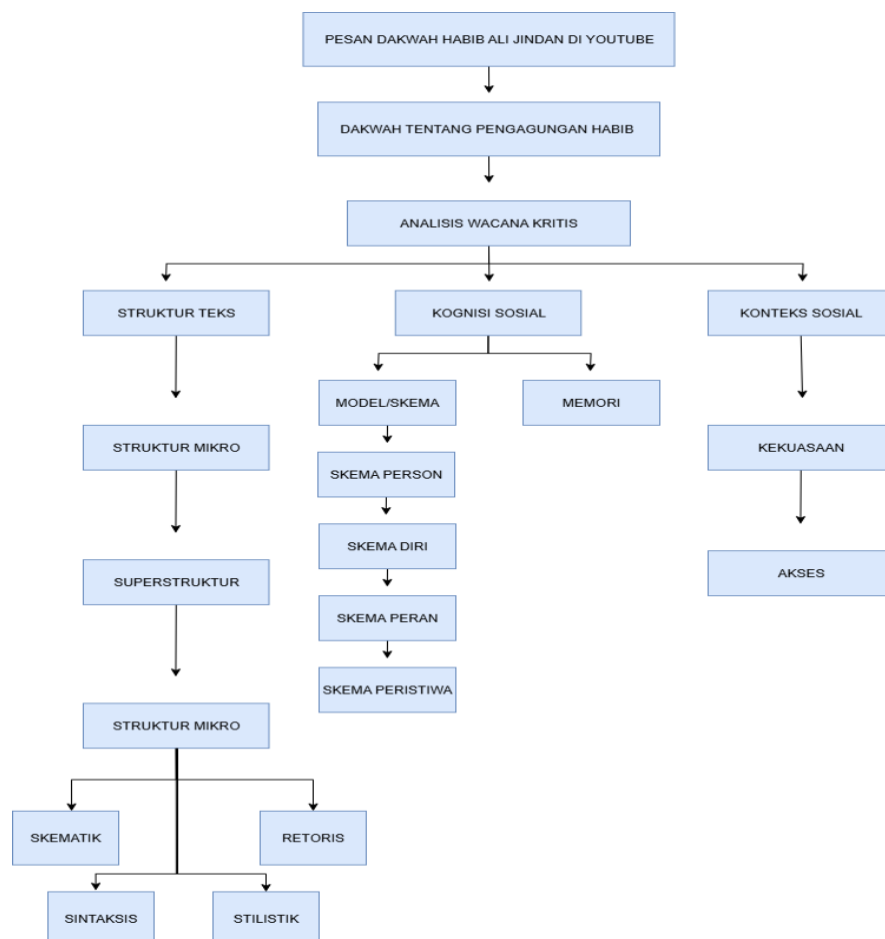
Manfaat secara praktis yaitu hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi para pendakwah dan konten kreator agar lebih selektif dalam membangun narasi dakwah, terutama yang berkaitan dengan pengagungan tokoh tertentu. Dengan meningkatnya respons kritis dari publik, penyampaian pesan keagamaan di ruang digital perlu disesuaikan dengan prinsip Islam yang adil, proporsional, dan berbasis dalil. Penelitian ini juga membantu masyarakat untuk lebih kritis dalam menerima konten dakwah yang berkembang di media *online*.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk memperoleh gambaran faktual secara akurat mengenai objek yang dikaji. Pendekatan tersebut digunakan untuk menganalisis secara mendalam konten dakwah melalui video Habib Ali Jindan yang diunggah di platform YouTube, dengan fokus. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengharapkan diperolehnya data yang bersifat deskriptif, sehingga memungkinkan dilakukannya analisis secara lebih rinci, komprehensif, dan mendalam. Hal ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang jelas terkait penerapan analisis wacana kritis pada video dakwah Habib Ali Jindan yang dipublikasikan melalui platform YouTube. (Kosmiarti, 2019)

Analisis wacana fokus pada cara bahasa digunakan, baik dalam hal-hal kecil seperti pilihan kata dan kalimat, maupun dalam hal yang lebih luas seperti konteks dan tujuan komunikasi. Sementara itu, analisis wacana kritis melihat lebih dalam, tidak hanya soal bahasanya, tetapi juga hubungan sosial di balik wacana tersebut. Tujuannya adalah untuk memahami mengapa suatu teks atau ucapan disusun dengan cara tertentu, terutama yang berkaitan dengan kekuasaan, ideologi, dan posisi antarindividu atau kelompok dalam masyarakat. (Rohana & Syamsuddin, 2015)

Dari berbagai model analisis yang ada, pendekatan yang dikembangkan oleh Teun A. Van Dijk merupakan salah satu yang paling sering digunakan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis memilih menggunakan model analisis wacana kritis versi Van Dijk. Hal ini disebabkan oleh upaya van Dijk dalam mengembangkan unsur-unsur wacana agar dapat dimanfaatkan secara aplikatif. Model analisis yang ditawarkannya terdiri dari tiga aspek utama, yaitu teks, konteks, dan kognisi sosial (Ratnaningsih, 2019).



Gambar 1. Tahapan Riset

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Struktur Wacana dalam Ceramah

Analisis terhadap empat video ceramah yang ditayangkan melalui kanal *Pencari Berkah Borneo*, *Ceramah Madura*, dan *Islamic Brotherhood Television* mengungkap struktur wacana yang konsisten dalam hal pengagungan terhadap para habib. Penelitian ini menggunakan pendekatan Teun A. van Dijk yang menguraikan wacana ke dalam tiga tingkatan analisis, yakni struktur makro, superstruktur, dan mikro.

1. Teks

Tema dominan yang muncul adalah glorifikasi terhadap para habib, dengan narasi bahwa mencintai mereka adalah wujud kecintaan kepada Rasulullah. Wacana ini tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga berfungsi sebagai legitimasi sosial atas posisi para habib sebagai penerus spiritual Nabi.

2. Superstruktur

Pola penyusunan ceramah selalu mengikuti struktur naratif yang kuat, yakni: pembukaan dengan kisah atau analogi menarik, isi dengan penjelasan serta penguatan nilai-nilai spiritual, dan penutup berupa ajakan, doa, atau refleksi akhir. Struktur ini memperkuat kekuatan retorika dan mempertegas pesan yang ingin disampaikan.

3. Struktur Mikro

Terdapat penggunaan gaya bahasa yang sangat emosional, seperti hiperbola dan metafora religius. Contohnya: kisah seorang pendosa yang masuk surga hanya karena mencintai orang yang mencintai ulama. Kalimat seperti ini memiliki kekuatan naratif yang sangat besar untuk memengaruhi emosi audiens, terutama mereka yang memiliki afiliasi atau penghormatan tinggi terhadap ulama.

Penggunaan diksi seperti “anak cucu Nabi”, “warisan Rasul”, atau “cinta ulama adalah jalan ke surga” adalah bentuk strategi wacana yang bertujuan membentuk persepsi kolektif terhadap posisi mulia para habib.

Analisis Kognisi Sosial

Analisis terhadap dimensi kognisi sosial dari Habib Ali Jindan menunjukkan bahwa ceramah-ceramahnya tidak hanya sekadar penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga refleksi dari sistem kepercayaan, pandangan dunia, dan konstruksi identitas sosial. Habib Ali membingkai habib bukan hanya sebagai individu biasa, tetapi sebagai pewaris kenabian secara spiritual dan genealogis.

Dalam kerangka kognitif tersebut, terdapat konstruksi naratif yang menyatakan bahwa mencintai habib berarti mencintai Nabi, dan bahwa hubungan emosional atau spiritual dengan para habib akan membawa keberkahan serta keselamatan di akhirat. Wacana ini diperkuat dengan referensi terhadap kisah-kisah “mistik” atau “keajaiban”, yang diklaim berasal dari kitab-kitab tertentu atau dari pengalaman ulama terdahulu.

Habib Ali juga sering menggunakan pendekatan retorik yang menyentuh sisi emosional audiens, seperti menyebutkan bahwa hanya karena kecintaan kepada seseorang yang mencintai ulama, seorang hamba dapat diampuni dan dimasukkan ke surga. Ini membentuk sebuah konstruksi kognitif di mana nilai keimanan dan akhlak didekati melalui jembatan simbolik cinta terhadap keturunan Nabi, alih-alih melalui amal ibadah atau ketakwaan dalam bentuk ritual.

Analisis Konteks Sosial

Dalam dimensi konteks sosial, ceramah-ceramah tersebut tidak dapat dilepaskan dari realitas sosial-politik dan budaya keagamaan masyarakat Indonesia, khususnya dalam konteks perdebatan tentang posisi *habib* di ruang publik digital. Di satu sisi, banyak masyarakat yang menghormati habib sebagai simbol kesalehan dan keturunan suci Nabi. Namun di sisi lain, muncul resistensi dari sebagian kelompok yang menilai bahwa glorifikasi berlebihan terhadap habib justru mengarah pada kultus individu dan penyimpangan dari prinsip dasar Islam.

Fenomena ini tergambar jelas dari komentar-komentar negatif yang muncul dalam kolom komentar video ceramah Habib Ali Jindan. Beberapa komentar bahkan menyebut isi ceramah sebagai “dongeng”, “tidak berdasar dalil”, hingga menyamakannya dengan propaganda yang menyesatkan. Kritik tajam juga diarahkan pada minimnya referensi terhadap Al-Qur’an dan Hadis dalam

penyampaian materi, serta dominannya narasi silsilah dan kebanggaan keturunan.

Komentar-komentar semacam ini menunjukkan bahwa platform digital seperti YouTube telah menjadi ruang interaksi sosial yang lebih terbuka, egaliter, dan bahkan kritis terhadap otoritas keagamaan. Tidak semua audiens tunduk kepada otoritas simbolik habib, dan sebagian merasa perlu untuk menantang narasi yang dianggap terlalu elitis atau tidak sesuai dengan ajaran Islam yang berbasis pada amal dan ilmu, bukan garis keturunan.

Analisis dan Pembahasan

1. Struktur Teks

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur ceramah Habib Ali Jindan dirancang dengan pendekatan naratif yang konsisten. Setiap ceramah umumnya diawali dengan cerita atau ilustrasi yang bersifat mengundang rasa penasaran, diikuti oleh isi utama berupa penguatan nilai spiritual, dan ditutup dengan simpulan yang bersifat reflektif atau ajakan moral. Format ini cukup efektif dalam membangun keterlibatan emosional audiens, khususnya bagi mereka yang sudah memiliki afiliasi positif terhadap tokoh yang bersangkutan.

Namun demikian, perlu dicatat bahwa narasi yang disampaikan secara berulang menekankan pentingnya mencintai habib sebagai indikator kecintaan kepada Rasulullah SAW. Dalam beberapa kasus, penggambaran tersebut terkesan berlebihan dan menimbulkan tafsir yang problematik, seperti anggapan bahwa kedekatan emosional terhadap habib bisa menjadi sebab masuk surga—tanpa merujuk pada amalan yang menjadi syarat sah dalam ajaran Islam. Narasi semacam ini berpotensi menimbulkan pemahaman yang keliru di kalangan audiens, khususnya mereka yang memiliki pengetahuan agama yang terbatas.

Dari sudut pandang analisis wacana, ini dapat dimaknai sebagai upaya reproduksi simbolik terhadap otoritas habib di ruang publik digital. Ceramah tidak sekadar menyampaikan nilai keagamaan, melainkan juga berfungsi memperkuat posisi sosial dan spiritual kelompok tertentu melalui bahasa yang bersifat sugestif dan retorik. Di sinilah bahasa berperan sebagai alat dominasi simbolik yang tidak selalu disadari audiens secara kritis.

2. Kognisi Sosial

Distribusi buku dilakukan secara non-komersial dengan menyumbangkannya kepada jamaah haji, tokoh masyarakat, dan lembaga dakwah. Buku ini juga tersebar melalui media sosial dan platform dakwah daring, mendapatkan respons positif dari audiens. Banyak ustaz muda yang menjadikan buku ini sebagai referensi, serta digunakan sebagai bahan pengajian di kalangan kelas menengah Muslim urban. Formatnya yang ringkas dan fleksibel membuat buku ini sangat sesuai dengan gaya hidup modern yang serba cepat. Dilihat dari dimensi kognisi sosial, ceramah-ceramah Habib Ali Jindan mencerminkan internalisasi nilai bahwa habib adalah entitas istimewa dalam struktur sosial-keagamaan. Pandangan ini membentuk kerangka berpikir bahwa hubungan emosional dan simbolik dengan habib adalah bentuk kecintaan kepada Nabi Muhammad SAW. Dalam kerangka kognitif ini, dakwah diarahkan untuk menanamkan persepsi bahwa mencintai habib sama halnya dengan menjaga kehormatan agama.

Namun, pendekatan seperti ini menimbulkan persoalan apabila tidak diimbangi dengan pemahaman rasional dan referensi tekstual yang kuat. Kecenderungan untuk mengaitkan keistimewaan spiritual seseorang dengan silsilah atau garis keturunan dapat memunculkan bias sosial, yang pada akhirnya bisa mencederai prinsip egalitarian dalam Islam. Dalam ajaran Islam, setiap individu dinilai berdasarkan ketakwaan, bukan garis keturunan semata.

Ceramah yang terlalu menekankan pentingnya mencintai habib tanpa disertai penjelasan normatif dari Al-Qur'an dan hadis bisa menimbulkan semacam glorifikasi yang tidak proporsional. Ini bukan hanya dapat mempersempit makna cinta kepada Nabi, tetapi juga menimbulkan eksklusivitas dalam memahami jalan spiritual dalam Islam.

3. Konteks Sosial

Dalam konteks sosial yang lebih luas, dakwah yang disampaikan melalui platform seperti YouTube tidak hanya berfungsi sebagai medium edukasi religius, tetapi juga sebagai ruang terbuka bagi kritik dan diskusi. Komentar-komentar negatif yang muncul dalam video ceramah Habib Ali Jindan mencerminkan resistensi dari sebagian audiens terhadap narasi pengagungan habib yang dianggap berlebihan atau tidak memiliki dasar teologis yang jelas.

Sebagian komentar menyayangkan bahwa isi ceramah kurang menyentuh nilai-nilai pokok keislaman seperti amal shaleh, akhlak, atau kedekatan kepada Allah melalui ibadah. Sebaliknya, narasi justru terfokus pada kisah-kisah yang menyanjung kedudukan habib, bahkan hingga menyimpulkan bahwa mencintai seseorang yang mencintai ulama pun bisa menjadi sebab keselamatan di akhirat. Dalam kerangka wacana kritis, respons ini menunjukkan adanya ketegangan antara struktur kekuasaan simbolik yang dibangun melalui ceramah dan kesadaran kritis dari publik yang mempertanyakan validitas klaim-klaim tersebut.

Media sosial telah mengubah lanskap dakwah dari komunikasi satu arah menjadi ruang diskursif yang horizontal. Pengguna YouTube tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen opini. Hal ini memperlihatkan bahwa otoritas keagamaan yang bersifat simbolik tidak lagi diterima secara mutlak, melainkan diuji berdasarkan konten, logika, dan dalil. Dalam konteks ini, narasi pengagungan habib menghadapi tantangan besar karena berhadapan langsung dengan publik yang kritis dan plural dalam pemahaman keagamaannya..

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk terhadap empat video ceramah Habib Ali Jindan di YouTube, peneliti menyimpulkan hal-hal berikut:

1. Struktur Teks

Ceramah Habib Ali Jindan membentuk wacana pengagungan habib melalui tema utama yang menonjolkan keutamaan habib sebagai keturunan Nabi. Penyampaian ceramah disusun dengan urutan yang terstruktur, dimulai dari pengantar historis hingga penutupan berisi pesan moral. Dalam gaya bahasanya, beliau memakai ungkapan retorik, perumpamaan, dan pilihan kata yang menekankan kelebihan habib dari sisi agama dan sosial.

2. Kognisi Sosial

Cara berpikir Habib Ali Jindan dalam menyampaikan dakwah sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam tradisional, terutama terkait penghormatan terhadap keturunan Nabi. Hal ini terlihat dari penggunaan cerita, hadis, dan kutipan dari kitab klasik untuk memperkuat pandangannya tentang kemuliaan habib.

3. Konteks Sosial

Dalam konteks dakwah digital, isi ceramah yang memuliakan habib menimbulkan tanggapan yang beragam. Ada audiens yang menyambut dengan positif, namun tidak sedikit pula yang mengkritik, terutama jika narasi tersebut dinilai bertentangan dengan ajaran tauhid atau terkesan mengkultuskan individu. Fenomena ini menunjukkan adanya perbedaan cara pandang antara pemahaman keagamaan yang bersifat tradisional dan pola pikir masyarakat modern yang lebih kritis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah di media sosial bukan hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menjadi ruang untuk adu argumen, perbedaan sudut pandang, dan pertarungan nilai-nilai ideologis dalam masyarakat.

Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Bafadhal, M. F. (2022). *18202010021_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf* (p. 6).
- Dhela, G. R. (2020). Pemanfaatan Channel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung). In *Skripsi* (Vol. 4, Issue 1).
- Hamdan, H., & Mahmuddin, M. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/10.24256/pal.v6i1.2003>
- Hidayah Safiramu'ti, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Peningkatan Pemahaman Pembinaan Akhlak pada Channel Youtube Adi Hidayat Official. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 131–136. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.5270>
- I Makna A'raaf K, Prihantoro N P, Larasati, S., M. Fais Noor M, & Hisny Fajrussalam. (2021). Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21(2), 173–180. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v21i2.2627>
- Kosmiarti, S. (2019). *Analisis wacana kritis pemberitaan korban bencana tsunami tanjung lesung, banten di media online tribunnews.com*. 1–97.
- Maulina, N. A., Syam, N. K., & HMZ, N. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Program Youtube Channel Wirda Mansur terhadap Motivasi Membaca Al-Qur'an Subscriber. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(1), 61–67. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i1.216>
- Muiz, A. (2015). Twitter sebagai media propaganda (Analisis wacana m pada tweet akun@ ForBali13 sebagai media propaganda tolak reklamasi Tanjung Benoa periode 1 Desember 2014-31 Januari 2015),. *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau*, 16(2), 39–55.
- Nur, D. M. (2011). Dakwah Teori, Definisi Dan Macamnya. *Wardah*, 2(2), 135–141.
- Pathia, L. (2014). Analisis Wacana Kritis Dalam Bahasa MedianJejaring Sosial (Studi Penggunaan Bahasa Akun Twitter @UINSK Sebagai Lembaga UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Periode Desember 2013-Februari 2014). *Applied Microbiology and Biotechnology*, 85(1), 1–79.
- Ratnaningsih, D. (2019). ANALISIS WACANA KRITIS SEBUAH TEORI DAN IMPLEMENTASI. In *Etika Jurnalisme Pada Koran Kuning : Sebuah Studi Mengenai Koran Lampu Hijau* (Vol. 16, Issue 2).
- Rohana & Syamsuddin. (2015). *Buku Analisis Wacana*.