

Etika Komunikasi Dakwah dalam Konten “5 Miskonsepsi Perjudian Islam” dan Respon Netizen di Kanal YouTube Zhafira Aqyla

Kanila Desta Gustina^{*}, Bambang Saiful Ma’arif, Muhammad Fadhli Muttaqien

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

kaniladesta@gmail.com, bambangmaarif79@gmail.com, muhammadfadhlimuttaqien@unisba.ac.id

Abstract. Social media has become one of the most widely used platforms for conveying Islamic da'wah messages, including through YouTube. This study aims to analyze the ethics of da'wah communication applied by Zhafira Aqyla in a YouTube video titled “5 Miskonsepsi Perjudian dalam Islam ft. Dena Haura”, as well as how netizens respond to it. This research uses a qualitative method with a content analysis approach. Data were collected through observation of the video content, transcript documentation, and interviews with several netizens who commented on the video. The theory used is the Islamic da'wah communication ethics of Ismail Raji al-Faruqi. The results show that Zhafira's da'wah message emphasizes the aspect of sharia, particularly in correcting misconceptions about matchmaking in Islam. Her communication ethics reflect strong values of humanism and social transformation, along with honesty and tawhid. Most netizen responses fall under the dominant-hegemonic position, indicating that the message was received positively and in full. The novelty of this study lies in the integration of da'wah communication ethics analysis and digital audience responses, focusing on matchmaking as an issue that is rarely explored from an ethical da'wah perspective. This research highlights the importance of ethical communication in preaching within modern public spaces.

Keywords: *Da'wah Communication Ethics, Digital Da'wah, Islamic Matchmaking.*

Abstrak. Media sosial saat ini telah menjadi salah satu sarana yang banyak digunakan dalam menyampaikan dakwah Islam, termasuk melalui platform YouTube. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Zhafira Aqyla dalam video YouTube berjudul “5 Miskonsepsi Perjudian dalam Islam ft. Dena Haura” serta bagaimana respon netizen terhadapnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap konten video, dokumentasi transkrip, serta wawancara dengan beberapa netizen yang memberikan komentar. Teori yang digunakan adalah etika komunikasi dakwah Ismail Raji Al-Faruqi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah Zhafira lebih menitikberatkan pada aspek syariah, khususnya dalam pelurusan miskonsepsi perjudian dalam Islam. Etika komunikasinya kuat pada nilai humanisme dan transformasi sosial, serta mengandung nilai kejujuran dan tauhid. Mayoritas respon netizen menunjukkan posisi dominant-hegemonic, yang berarti pesan diterima secara positif dan utuh. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan analisis etika komunikasi dakwah dan respon audiens digital, fokus pada isu perjudian yang jarang dikaji dari sudut etika dakwah. Penelitian ini menegaskan pentingnya etika komunikasi dalam berdakwah di ruang publik modern.

Kata Kunci: *Etika Komunikasi Dakwah, Dakwah Digital, Perjudian dalam Islam.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara manusia berkomunikasi, termasuk dalam penyebaran ajaran agama. Dakwah Islam kini tidak hanya disampaikan melalui mimbar atau majelis taklim, tetapi juga melalui platform digital seperti YouTube. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 telah mencapai 221,56 juta orang dengan penetrasi 79,5% dari total populasi (*Survey APJII*, 2024). Data ini menegaskan bahwa internet, terutama media sosial, merupakan ruang strategis untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada publik yang lebih luas.

YouTube menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan jumlah pengguna mencapai 143 juta, menempatkan Indonesia sebagai negara keempat tertinggi di dunia (Yonathan, 2025). Di tengah derasnya arus informasi digital, munculnya konten-konten keislaman dari para da'i muda menjadi fenomena menarik, salah satunya adalah Zhafira Aqyla. Ia adalah konten kreator yang aktif berdakwah melalui YouTube. Salah satu videonya yang berjudul "5 Miskonsepsi Perjudian dalam Islam ft. Dena Haura" (Aqyla, 2021) menjadi ruang dialog terbuka yang membahas isu-isu sosial dan keagamaan yang jarang diangkat oleh *influencer* muda pada platform YouTube, seperti pemaksaan dalam perjudian dan miskonsepsi yang beredar di masyarakat multikultural.

Fenomena dakwah digital seperti ini menimbulkan urgensi untuk mengkaji bagaimana pesan dakwah disampaikan melalui media sosial dan sejauh mana etika komunikasi Islam diimplementasikan. Etika dalam komunikasi dakwah sangat penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga santun, adil, dan sesuai dengan nilai-nilai syariat Islam. Menurut Al-Faruqi (1982), etika komunikasi Islam harus berpijak pada prinsip tauhid, kejujuran (*sidq*), humanisme, serta transformasi sosial. Dakwah bukan sekadar transfer informasi agama, tetapi harus membawa misi pembebasan dan pencerdasan umat. (Al Faruqi, 1992)

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas komunikasi dakwah digital dari sisi etika atau pengaruhnya terhadap audiens (Sasmita et al., 2024), namun belum banyak yang fokus pada analisis etika komunikasi berdasarkan pendekatan tauhid yang ditawarkan oleh al-Faruqi. Penelitian ini ingin mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana etika komunikasi dakwah diterapkan oleh Zhafira Aqyla dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman melalui YouTube.

Selain itu, permasalahan sosial terkait praktik perjudian yang keliru masih cukup marak terjadi di masyarakat Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2024 tercatat 307 kasus perceraian yang disebabkan oleh kawin paksa, yang sebagian besar dipicu oleh proses perjudian tanpa komunikasi yang sehat dan transparan (Badan Pusat Statistik, 2024). Hal ini menunjukkan adanya miskonsepsi yang masih kuat di masyarakat terkait konsep jodoh dalam Islam. Maka dari itu, konten dakwah seperti yang disampaikan Zhafira Aqyla menjadi penting untuk dilihat dari aspek etika dan penerimaan publik.

Berdasarkan latarbelakang tersebut terdapat tujuan dalam penelitian ini, yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk komunikasi dakwah digital yang dilakukan oleh Zhafira Aqyla, serta mengkaji etika komunikasinya menggunakan teori Ismail Raji al-Faruqi dan *Reception Analysis* Stuart Hall. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui respons audiens digital terhadap konten tersebut sebagai refleksi dakwah di ruang publik modern.

Penelitian ini diharapkan bermanfaat secara teoritis dalam pengembangan studi komunikasi dakwah Islam, dan secara praktis menjadi referensi bagi para da'i dan konten kreator Muslim dalam merancang strategi dakwah yang etis dan kontekstual di media sosial. Unsur kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada integrasi analisis etika komunikasi dakwah dengan fenomena digitalisasi konten keislaman di Indonesia dan pelurusan miskonsepsi perjudian dalam Islam dari segi etika komunikasi dakwah dalam penyampaian pesan oleh da'i.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian secara kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi (*content analysis*) (Sugiyono, 2017). Sumber data penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari objek yang diteliti tanpa perantara, yakni transkrip video YouTube berjudul "5 Miskonsepsi Perjudian dalam Islam ft. Dena Haura" serta komentar-komentar di kolom komentar terkait etika Zhafira dalam menyampaikan pesan

dakwah pada konten tersebut. Sementara itu data sekunder berasal dari berbagai sumber tidak langsung seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, serta konten media lainnya yang relevan dengan tema komunikasi dakwah dan teori etika komunikasi dakwah menurut Ismail Raji Al-Faruqi.(Sugiyono, 2017)

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan analisis isi, yang dalam konteks penelitian kualitatif berfungsi untuk memahami makna teks dan pesan secara mendalam (Ahmadi, 2014). Model analisis yang digunakan mengacu pada konsep Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap utama, *pertama* reduksi data, yakni proses menyaring dan memfokuskan data berdasarkan relevansi dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada tahap ini dipilih bagian-bagian penting dari isi video dan mengubah audio menjadi bentuk transkrip tertulis agar lebih mudah dianalisis. Selain itu, komentar netizen dipilih berdasarkan relevansinya terhadap etika komunikasi Zhafira. *Kedua*, penyajian data, yang menampilkan data dalam bentuk narasi, tabel, dan kutipan langsung dari transkrip video maupun komentar audiens. Penyajian ini memudahkan peneliti untuk mengklasifikasikan komunikasi dan respon yang muncul serta menghubungkannya dengan teori etika komunikasi dakwah Ismail Raji Al-Faruqi. Dan *ketiga*, penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan tahap merumuskan simpulan berdasarkan hasil analisis dan melakukan pembuktian terhadap temuan dengan mengaitkannya kembali pada sumber data(Pendekatan Dasar, n.d.)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Etika komunikasi dakwah tidak hanya menitikberatkan pada penyampaian pesan keagamaan semata, melainkan juga mencakup nilai-nilai moral, cara menyampaikan, sikap pendakwah, serta orientasi dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam.

Menurut Ismail Raji al-Faruqi, etika dalam komunikasi dakwah harus dilandaskan pada empat nilai utama. *Pertama*, prinsip tauhid, yaitu menjadikan Allah sebagai pusat dari seluruh aktivitas dakwah, sehingga seluruh pesan yang disampaikan harus mengarah pada peneguhan keimanan dan penyadaran ketauhidan dalam kehidupan sosial. *Kedua*, kejujuran (*truthfulness*), yang berarti pendakwah wajib menyampaikan pesan dakwah secara benar, tidak menyimpang, dan tidak manipulatif. *Ketiga*, humanisme (*insaniyyah*), yang menekankan perlunya pendekatan yang ramah, penuh kasih sayang, dan menjunjung tinggi martabat manusia sebagai sasaran dakwah. Dan *keempat*, prinsip transformasi sosial (*islah*), yaitu menjadikan dakwah sebagai sarana perubahan menuju kehidupan masyarakat yang lebih baik secara spiritual maupun sosial.(Al Faruqi, 1992)

Keempat prinsip ini menjadi kerangka evaluatif dalam melihat bagaimana komunikasi dakwah dilakukan dalam media digital. Dengan kata lain, etika komunikasi dakwah dalam konteks digital tidak hanya mengukur isi pesan yang disampaikan, melainkan juga mencerminkan nilai, sikap, dan gaya penyampaian yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Prinsip ini juga menuntut pendakwah untuk memperhatikan aspek psikologis dan sosial dari mad'u, serta memilih cara penyampaian yang komunikatif, inklusif, dan tidak menghakimi. Dalam konteks penelitian ini, nilai-nilai tersebut digunakan sebagai parameter dalam menganalisis konten video Zhafira Aqyla.

Sementara itu, respon netizen terhadap video “5 Miskonsepsi Perjodohan dalam Islam ft. Dena Haura” dikategorikan berdasarkan teori Reception Analysis dari Stuart Hall. Berfokus pada bagaimana khalayak menafsirkan dan memberi makna atas pesan yang mereka terima, karena setiap audiens memiliki latar belakang sosial dan budaya yang berbeda, sehingga pemaknaan pesan pun bisa beragam. Stuart Hall membagi posisi penerimaan audiens terhadap pesan media ke dalam tiga kategori. *Pertama*, *dominant-hegemonic position*, yaitu ketika audiens menerima pesan sebagaimana maksud pembuat pesan. *Kedua*, *negotiated position*, yakni audiens menyetujui sebagian pesan namun menginterpretasikannya berdasarkan sudut pandang pribadi atau konteks sosial mereka. *Ketiga*, *oppositional position*, yaitu ketika audiens menolak pesan secara menyeluruh karena bertentangan dengan nilai atau keyakinan yang mereka miliki.(Clarke, n.d.)

Dengan demikian, kerangka etika komunikasi dakwah tidak hanya berfungsi sebagai fondasi teoritis, tetapi juga sebagai alat ukur untuk menilai kualitas dakwah dalam menghadapi audiens digital yang beragam secara latar belakang sosial maupun pemahaman keagamaan.

Klasifikasi Respon Netizen Terhadap Etika Komunikasi Dakwah Zhafira Aqyla Pada Video “5 Miskonsepsi Perjudohan dalam Islam ft. Dena Haura”

Data respon netizen diambil dari kolom komentar video berjudul “5 Miskonsepsi Perjudohan dalam Islam ft. Dena Haura” di Kanal YouTube Zhafira Aqyla berdasarkan relevansi terkait etika komunikasinya. Dari Analisis yang telah dilakukan, didapat hasil sebagai berikut:

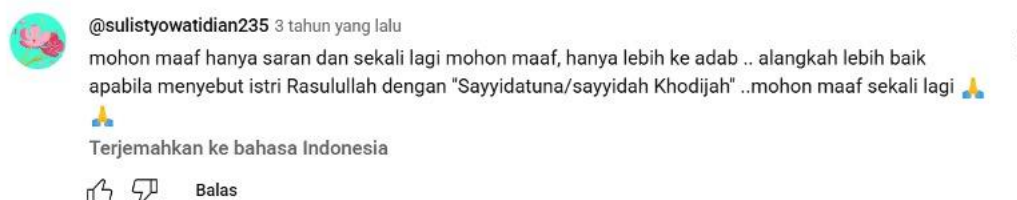
Terdapat komentar yang positif dikirim oleh beberapa akun, diantaranya @afifahnhf, @QinthariHasanah, @AstriAprilia-f7b, @sumiartinisirahayu9958.



Gambar 1. Komentar Pada Video “5 Miskonsepsi Perjudohan dalam Islam ft. Dena Haura”

Adapun komentar yang dituliskan adalah: “aku jadi paham apa yang disampaikan zhafira itu jelas dan lemah lembut, terus to the point.”, “Kadang standar sosial bikin kita lupa kalau jodoh sudah Allah tulis sejak lama. Videonya bikin aku tersadar: pernikahan bukan pelarian dari status single, tapi amanah yang harus siap dijalani dengan ilmu dan hati yag lapang. Barakallah!”, “suka banget sama gaya mereka yang Gaya ngobrol nya itu khas yang membuat materi serius terasa lebih ringan dan relatable untuk para audiens muda ❤️”, dan “Dengan adanya konten ini, jadi meluruskan kesalahan pahaman tentang taaruf di Indonesia.”. Setelah dianalisis menggunakan posisi decoding Reception Analysis dari Stuart Hall komentar tersebut termasuk kedalam Dominant Position karena menunjukkan respon yang positif dan mendukung terkait penyampaian pesan oleh Zhafira Aqyla.

Selanjutnya, terdapat komentar yang menerima sebagian pesan namun memberi kritik halus terhadap cara peyampaian oleh akun @sulistyowatidian235, sebagai berikut:

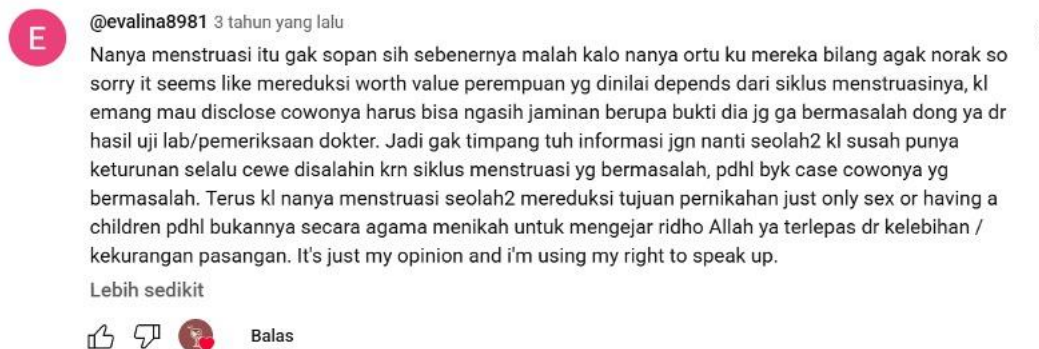


Gambar 2. Komentar Pada Video “5 Miskonsepsi Perjudohan dalam Islam ft. Dena Haura”

Adapun komentar yang dituliskan adalah: “mohon maaf hanya saran sekali lagi mohon maaf, hanya lebih ke adab .. alangkah lebih baik apabila menyebut istri Rasulullah dengan “Sayyidatuna/sayyidah Khodijah” ..mohon maaf sekali lagi 🙏”. Setelah dianalisis menggunakan posisi decoding Reception Analysis dari Stuart Hall komentar tersebut termasuk kedalam Negotiated Position karena menunjukkan respon yang menerima sebagian pesan namun juga memberi kritik halus

terhadap cara penyampaian Zhafira dalam video tersebut.

Dan terdapat komentar yang menolak pesan dan memberi tafsir yang berlawanan oleh akun @evalina8981, sebagai berikut:



Gambar 3. Komentar Pada Video “5 Miskonsepsi Perjuduhan dalam Islam ft. Dena Haura”

Adapun komentar yang dituliskan adalah: “Nanya menstruasi itu gak sopan sih sebenarnya malah kalo nanya ortu ku mereka bilang agak norak so sorry it seems like mereduksi worth value perempuan yg dinilai depends dari siklus menstruasinya, kl emang mau disclose cowonya harus bisa ngasih jaminan berupa bukti dia jg ga bermasalah dong ya dr hasil uji lab/pemeriksaan dokter. Jadi gak timpang tuh informasi jgn nanti seolah2 kl susah punya keturunan selalu cewe disalahkan krn siklus menstruasi yg bermasalah, pdhl byk case cowonya yg bermasalah. Terus kl nanya menstruasi seolah2 mereduksi tujuan pernikahan just only sex or having a children pdhl bukannya secara agama menikah untuk mengejar ridho Allah ya terlepas dr kelebihan/kekurangan pasangan. It’s just my opinion and I’m using my right to speak up.”. Setelah dianalisis menggunakan posisi decoding Reception Analysis dari Stuart Hall komentar tersebut termasuk kedalam Oppositional Position karena menunjukkan respon yang menolak pesan dan memberi tafsir yang berlawanan.

Analisis dan Pembahasan

Berdasarkan analisis terhadap video “5 Miskonsepsi Perjuduhan dalam Islam ft. Dena Haura”, Zhafira Aqyla dinilai telah menerapkan prinsip-prinsip etika komunikasi dakwah sebagaimana dikemukakan oleh Ismail Raji al-Faruqi, yang meliputi nilai tauhid, kejujuran, humanisme, dan transformasi sosial.

Pertama, nilai tauhid tercermin dalam narasi Zhafira yang secara konsisten menekankan bahwa segala bentuk perjuduhan dalam Islam harus dikembalikan kepada Allah sebagai Dzat yang Maha Mengetahui. Ia juga menekankan pentingnya niat dalam menjalin relasi yang sesuai dengan syariat. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi dakwahnya tidak lepas dari penguatan nilai ketauhidan sebagai fondasi utama. Dapat terlihat pada durasi 03.02 Zhafira menyatakan: *“Alhamdulillah, aku merasa bahwa aku juga memang memiliki pilihan, gitu. Ada loh momen momen ketika kayak, oh kayaknya ini boleh nih, mau, coba deh diproses sama yang ini, terus orang tua aku kayak, oke diproses. Jadi bener-bener ada gitu diberikan pilihan, dan menurut aku, ini memang seperti, sebagaimana seharusnya dalam Islam, gitu sih. Kalau Ka Den bagaimana”*

Dan pada durasi 14.01 Zhafira mengatakan: “oke, jadi itulah lima miskonsepsi ta’aruf atau arranged marriage yang dimiliki oleh masyarakat pada umumnya, tapi dari kita juga tetep pengen megakui bahwa bahwa di society di Indonesia seperti ini tuh masih banyak banget orang yang mempraktisi pernikahan paksa tapi dibalut dalam istilah ta’aruf itu tuh ada dan itu harus kita akuin, nah makanya harapannya dengan bikin video kaya gini temen-temen semua bisa lebih memahami bahwa turunnya Islam tuh adalah untuk liberate (membebaskan) perempuan dari kekangan yang dulu dimiliki ketika zaman jahiliyah. Nah liberate-nya tuh seperti apa? Ya inilah kita diberikan hak untuk memilih pasangan, diberikan hak, malah dituntut consent-nya atau ridhonya ketika ingin dinikahi. Jadi, buat temen-temen semua nih seandainya Naudzubillahimindzalik berada di posisi seperti itu kalian tau hak kalian dan kalian juga bisa harapannya menikah dengan orang-orang yang menjadi

pilihan kalian. Iya gak kak?” Apabila dianalisis menggunakan teori Etika Komunikasi Dakwah Ismail Raji Al-Faruqi dapat disimpulkan bahwa ungkapan yang disampaikan Zhafira masuk dalam klasifikasi nilai tauhid karena setiap pesan berpijak pada ajaran keesaan Allah dan nilai Islam.

Kedua, kejujuran terlihat dari cara Zhafira menyampaikan informasi berdasarkan kisah sejarah dan menceritakan pengalaman pribadi secara terbuka. Gaya penyampaian menunjukkan sikap apa adanya dan tidak mengada-ada. Dapat terlihat pada durasi 08.37 Zhafira menyampaikan: “*Aku pun waktu itu, karena aku ada PCOS buat teman-teman yang ngikutin di Instagram aku mungkin tau ya, aku juga haidnya gak teratur. Terus habis itu aku sampein ke calon suami aku waktu itu, Kak Syafiq. Terus yang pertama kali Kak Syafiq tanya tuh bukan tentang kondisi bisa punya anak atau enggak, tapi ke akunya dulu, tapi Zhafinya enggak apa-apa, enggak gitu. Jadi itu yang bikin aku kayak, oh yaudah berarti amanlah insyaAllah enggak ada tekanan. Dan menurut aku penting sih Kak Den, kita juga nge-highlight topik-topik yang enggak penting dibahas. Mungkin banyak orang yang merasa perlu tau ya, tapi Islam tuh udah ngasih privilege bagi kita gitu untuk menutup aib kita. Maka sebaiknya kalau udah ditutup sama Allah, ngapain kita yang buka gitu. Iya enggak sih Kak?*” Apabila dianalisis menggunakan teori Etika Komunikasi Dakwah Ismail Raji Al-Faruqi dapat disimpulkan bahwa ungkapan yang disampaikan Zhafira masuk dalam klasifikasi nilai kejujuran karena pesan disampaikan berdasarkan pengalaman dan secara terbuka.

Ketiga, dari sisi humanisme, Zhafira menggunakan pendekatan yang empatik, ringan, dan komunikatif, menjadikan video tersebut terasa inklusif bagi penonton dari berbagai latar belakang. Ia tidak menghakimi pandangan atau pengalaman audiens, melainkan mencoba membuka ruang dialog yang reflektif. Hal itu tercermin pada durasi 05.01 Zhafira menyampaikan: “*Betul, dan menurut aku dengan kita memilih, itu tuh lebih ada accountability bagi kita untuk bertanggung jawab gak sih dalam pernikahan itu? Andainya lagi ada isu atau masalah tuh lebih kayak, tapi ini pilihan yang bener gue bikin gitu. Mau gak mau ya gue harus cari solusinya bareng-bareng*”. Apabila dianalisis menggunakan teori Etika Komunikasi Dakwah Ismail Raji Al-Faruqi dapat disimpulkan bahwa ungkapan yang disampaikan Zhafira masuk dalam klasifikasi nilai humanisme karena menunjukkan pendekatan dakwah yang menghargai akal dan tanggung jawab personal dari setiap individu. Zhafira tidak menempatkan perempuan sebagai objek pasif dalam pernikahan, tetapi sebagai subjek aktif yang bertanggung jawab atas keputusannya. Ini selaras dengan prinsip humanisme dalam Islam, yang memuliakan manusia sebagai makhluk yang diberi kebebasan memilih dan memikul konsekuensinya.

Keempat, nilai transformasi sosial terwujud dalam upaya Zhafira mengedukasi masyarakat digital, khususnya generasi muda, agar tidak terjebak dalam pemahaman keliru mengenai perjudian dalam Islam. Ia memberikan perspektif Islam yang aplikatif terhadap fenomena sosial yang sedang berkembang. Terlihat pada durasi 14.01 Zhafira menyampaikan: “*harapannya dengan bikin video kaya gini temen-temen semua bisa lebih memahami bahwa turunya Islam tuh adalah untuk liberate (membebaskan) Perempuan dari kekangan yang dulu dimiliki ketika jaman jahiliyah. Nah liberate-nya tuh seperti apa? Ya inilah kita diberikan hak untuk memilih pasangan, diberikan hak, malah dituntut consent-nya atau ridhonya ketika ingin dinikahi*.” Apabila dianalisis menggunakan teori Etika Komunikasi Dakwah Ismail Raji Al-Faruqi dapat disimpulkan bahwa ungkapan yang disampaikan Zhafira masuk dalam klasifikasi nilai transformasi sosial karena mendorong audiens untuk mengambil sikap dan menyadari hak-haknya.

Secara keseluruhan, penerapan prinsip etika komunikasi dakwah al-Faruqi dalam video tersebut berjalan cukup optimal. Hasil analisis menunjukkan bahwa Zhafira berhasil membangun komunikasi dakwah yang substantif, moderat, dan dapat diterima oleh audiens digital. Hal ini diperkuat dengan banyaknya komentar positif dari netizen yang menunjukkan posisi *dominant-hegemonic*, yaitu mereka menerima dan memahami pesan dakwah sebagaimana yang dimaksudkan oleh komunikator.

Dalam penelitian ini, komentar-komentar netizen yang dianalisis dengan teori *Reception Analysis* Stuart Hall menunjukkan bahwa sebagian besar berada pada *dominant-hegemonic position*. Dapat terlihat dari komentar-komentar sebagai berikut: akun @afifahnhf yang memberikan komentar: “*aku jadi paham apa yang disampaikan zhafira itu jelas dan lemah lembut, terus to the point*.”, dari akun @QinthariHasanah memberi komentar: “*Kadang standar sosial bikin kita lupa kalau jodoh sudah Allah tulis sejak lama. Videonya bikin aku tersadar: pernikahan bukan pelarian dari status single, tapi amanah yang harus siap dijalani dengan ilmu dan hati yang lapang. Barakallah!*”, dari

akun @AstriaAprilia-f7b menuliskan komentar: “suka banget sama gaya mereka yang Gaya ngobrol nya itu khas yang membuat materi serius terasa lebih ringan dan relatable untuk para audiens muda ❤️”, dan dari akun @sumiartinisrirahayu9958 yang menulis komentar: “Dengan adanya konten ini, jadi meluruskan kesalahan pemahaman tentang taaruf di Indonesia.”. Mereka menerima isi dakwah Zhafira Aqyla dengan baik dan merasa tercerahkan dengan cara penjelasan mengenai miskonsepsi perjodohan dalam Islam. Netizen juga menyampaikan dukungan dan rasa terima kasih atas pemaparan yang dianggap sesuai dan mudah dimengerti.

Beberapa komentar lain berada dalam *negotiated position*, seperti menambahkan perspektif pribadi tentang pengalaman perjodohan atau memberi masukan terhadap cara penyampaian. Terlihat dari akun @sulistyowatidian235 yang memberi komentar: “mohon maaf hanya saran sekali lagi mohon maaf, hanya lebih ke adab .. alangkah lebih baik apabila menyebut istri Rasulullah dengan “Sayyidatuna/sayyidah Khodijah” ..mohon maaf sekali lagi 🙏”. Menunjukkan kritik atau masukan secara halus.

Sementara itu, *oppositional position* sangat sedikit ditemukan, hanya muncul dalam bentuk ketidaksetujuan terhadap pendapat tertentu dalam video. Dapat terlihat dari komentar yang ditulis oleh akun @evalina8981 sebagai berikut: “Nanya menstruasi itu gak sopan sih sebenarnya malah kalo nanya ortu ku mereka bilang agak norak so sorry it seems like mereduksi worth value perempuan yg dinilai depends dari siklus menstruasinya, kl emang mau disclose cowonya harus bisa ngasih jaminan berupa bukti dia jg ga bermasalah dong ya dr hasil uji lab/pemeriksaan dokter. Jadi gak timpang tuh informasi jgn nanti seolah2 kl susah punya keturunan selalu cewe disalahin krn siklus menstruasi yg bermasalah, pdhl byk case cowonya yg bermasalah. Terus kl nanya menstruasi seolah2 mereduksi tujuan pernikahan just only sex or having a children pdhl bukannya secara agama menikah untuk mengejar ridho Allah ya terlepas dr kelebihan/kekurangan pasangan. It’s just my opinion and I’m using my right to speak up.”

Penggunaan teori Stuart Hall ini membantu peneliti dalam memetakan sejauh mana pesan dakwah yang disampaikan dapat diterima oleh netizen. Dengan memahami posisi-posisi ini, dapat terlihat bahwa komunikasi dakwah di media sosial tidak hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan dan dibentuk ulang oleh netizen yang memiliki latar sosial yang beragam.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis, dapat disimpulkan bahwa Zhafira Aqyla dalam video “5 Miskonsepsi Perjodohan dalam Islam ft. Dena Haura” berhasil menerapkan prinsip-prinsip etika komunikasi dakwah menurut Ismail Raji al-Faruqi, yang mencakup:

1. Tauhid, pesan dakwah selalu diarahkan untuk menguatkan keimanan, menegaskan hak memilih pasangan sesuai syariat, dan mengembalikan seluruh urusan kepada Allah.
2. Kejujuran, penyampaian materi didasari pada pengalaman pribadi dan kisah yang relevan, tanpa manipulasi atau pengaburan fakta.
3. Humanisme, mengedepankan pendekatan empatik, inklusif, serta menghargai martabat manusia sebagai subjek aktif dalam pernikahan dan kehidupan.
4. Transformasi Sosial, mendorong audiens untuk memahami hak-hak pernikahan yang adil, serta meluruskan miskonsepsi perjodohan yang keliru di masyarakat.

Hasil analisis komentar netizen menunjukkan mayoritas berada pada *dominant-hegemonic position*, yaitu menerima dan mendukung pesan yang disampaikan. Sebagian kecil berada pada *negotiated position*, memberikan masukan atau tambahan perspektif. *Posisi oppositional* sangat sedikit, menunjukkan tingkat penerimaan audiens yang tinggi terhadap pesan dakwah yang dibawakan. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan etika komunikasi dakwah yang komprehensif mampu membangun interaksi positif di ruang digital, sekaligus memberikan kontribusi nyata dalam meluruskan isu-isu sosial-keagamaan di tengah masyarakat.

Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan penelitian ini. Terima kasih untuk kedua orang tua, kakak dan keluarga tercinta yang sudah memberikan motivasi penuh dan memberikan dukungan secara moril maupun materil. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan jurnal ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Dr. H. Bambang Saiful Ma'arif, M.Si., dan Bapak Muhammad Fadhli Muttaqien, S.Kom.I., M.I.Kom., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, ilmu, dan memberi motivasi untuk peneliti dalam menyelesaikan jurnal ini

Terimakasih untuk seluruh dosen, sivitas akademika dan staf Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung yang telah memberikan dukungan dan bantuan, serta akses pada peneliti. Dan untuk rekan-rekan peneliti dan pihak-pihak lain yang telah membantu, baik dalam bentuk materi, waktu, maupun tenaga.

Daftar Pustaka

- Ahmadi, R. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Ar-Ruzz Media.
- Al Faruqi, I. R. (1992). *AL TAWHID* (4th ed.). International Institute of Islamic Thought.
- 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>
- Aqyla, Z. (2021). *Video "5 Miskonsepsi Perjudohan dalam Islam ft. Dena Haura."*
<https://www.youtube.com/watch?v=JPQ2gDHviwM>.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Perceraian Menurut Provinsi dan Faktor Penyebab Perceraian (perkara)*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/YVdoU1IwVmlTM2h4YzFoV1psWkViRXhqTIZwRFVUMDkjMw==/Number-of-Divorces-by-Province-and-Factors--2022.html?Year=2024>.
- Clarke, R. L. W. (n.d.). *02CHallEncodingDecoding*. Retrieved August 5, 2025, from <https://ia801304.us.archive.org/6/items/ktoub2/02CHallEncodingDecoding.pdf>
- Jihan Azhari, & Bambang Saiful Ma'arif. (2023). Pola Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Dusun Cikoneng Sumedang. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 29–34. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2258>
- Pendekatan Dasar, S. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUALITATIF*.
- Rahmatia Tajudin, & Nia Kurniati Syamday. (2023). Analisis Konten Pesan Dakwah dalam Web Series Ustad Milenial Episode 1-4. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 49–54. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2281>
- Sasmita, F. M., Ma'arif, B. S., & Syam, N. K. (2024). Etika Komunikasi Dakwah Qaulan Baligha dalam Dakwah Habib Ja'far pada Program Log In di Kanal YouTube Deddy Corbuzier dan Respon Warganet terhadap Programnya. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 4(2), 233–241. <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v4i2.13308>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Survey APJII*. (2024). <https://survei.apjii.or.id/>.
- Yonathan, A. Z. (2025, March 9). *7 Negara dengan Pengguna YouTube Terbesar 2025*. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz>.