



RESPON WARGANET TERHADAP DAKWAH DIALOGIS HABIB JAFAR DI MEDIA SOSIAL

Puri Ismaranti
UIN Sunan Ampel, Surabaya
Ismarantipuri2@gmail.com

Luluk Fikri Zuhriyah
UIN Sunan Ampel, Surabaya
lulukfikri@uinsby.ac.id

Abstrak: Perkembangan teknologi digital telah mampu memperluas jangkauan penyebaran pesan dakwah di berbagai platform media sosial, termasuk melalui siaran "Login" yang menggunakan pendekatan dialogis. Dakwah yang menggunakan media sosial mempermudah audiens untuk memberikan respon secara langsung melalui interaksi yang secara cepat bisa digunakan oleh dai (penyelenggara dakwah) maupun mad'uw (audiens). Penelitian ini bertujuan mengkaji respon audiens terhadap dakwah dialogis pada program dakwah "Login" di episode ke-15 tahun 2024. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung terhadap komentar penonton. Analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa respon kognitif penonton mencerminkan penambahan pengetahuan, terutama dalam toleransi beragama. Respon afektif menunjukkan kepuasan dan kebahagiaan penonton terhadap dakwah dialogis yang memperluas wawasan dan menjawab permasalahan pemuda. Dari segi konatif, penonton menunjukkan keinginan untuk terus mengikuti dan menunggu episode selanjutnya. Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan dakwah dialogis mampu menarik perhatian dan memberikan dampak positif bagi audiens atau mad'uw.

Kata kunci: Respon, YouTube, Dakwah Dialogis

Abstract: WARGANETS' RESPONSE TO HABIB JAFAR'S DIALOGICAL DA'WAH ON SOCIAL MEDIA. The development of digital technology has been able to expand the reach of spreading da'wah messages on various social media platforms, including through "Login" broadcasts that use a dialogical approach. Da'wah using social media makes it easier for audiences to respond directly through interactions that can be quickly used by dai (da'wah organizers) and mad'uw (audiences). This study aims to examine the audience's response to dialogical da'wah on the da'wah program "Login" in the 15th episode of 2024. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through direct observation of audience comments. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model. The results showed that the audience's cognitive response reflected the addition of knowledge, especially in religious tolerance. Affective responses show the audience's satisfaction and happiness with dialogical da'wah that broadens their horizons and answers youth problems. In terms of conative, the audience showed a desire to continue following and waiting for the next episode. This research confirms that the dialogical da'wah approach is able to attract attention and have a positive impact on the audience or mad'uw.

Keywords: Response, YouTube, Dialogical Da'wah

Pendahuluan

Dakwah dialogis merupakan dakwah yang mengedepankan adanya timbal balik antara dai dan *mad'uw* dengan menciptakan pesan yang ditujukan untuk mendapatkan respon tertentu dari *mad'uw* atau dari dai itu sendiri. Ciri dakwah dialogis adalah dimana dalam komunikasi dakwah tersebut mampu menyesuaikan pesan-pesan dakwah dengan kondisi kedirian *mad'uw* sebagai individu/kelompok dan kondisi sosial yang mempengaruhinya. Sehingga, terdapat proses interaktif antara tujuan pesan dakwah dengan kecenderungan *mad'uw*, pesan dakwah tidak hanya disampaikan secara satu arah, melainkan disampaikan untuk ditanggapi oleh *mad'uw* sebagai respon yang kemudian respon tersebut ditanggapi balik oleh dai. Artinya, posisi *mad'uw* bukan sebagai pendengar yang pasif menerima, melainkan bisa secara aktif menyampaikan berbagai tanggapan yang bisa juga secara aktif direspon oleh dai.¹ Dakwah dialogis termasuk kedalam metode dakwah mujadalah, yakni dakwah dengan saling menyampaikan dua pandangan yang memungkinkan berbeda untuk menyampaikan kebenaran melalui tukar pikiran yang baik, rasional, ilmiah dan objektif.²

Dakwah dialogis dilaksanakan dengan berbagai varian media dakwah. Perkembangan teknologi informasi memuat aktifitas dakwah berbondong-bondong ikut memanfaatkan media tersebut sebagai media dakwah. Hal tersebut bisa dilihat dari

adanya konten dakwah di setiap platform media sosial, salah satunya adalah YouTube. YouTube adalah media sosial untuk berbagi konten video, dimana seseorang bisa membuat kanal (*channel*) sendiri sebagai sumber penyebaran informasi yang bisa diakses dan direspon oleh siapapun. Di dalamnya tersedia fitur kolom komentar, tombol *like* dan *subscribe* guna mengetahui sejauh mana respon viewers terhadap *channel* tersebut.³

Salah satu program dakwah yang menggunakan platform media sosial YouTube adalah program dakwah "Login". Program dakwah ini membahas tentang keberagaman masyarakat Indonesia yang terdiri dari berbagai suku bangsa dan adat yang berbeda, terutama tentang perbedaan agama yang tetap dikemas dengan sikap toleran.⁴ Program dakwah "Login" mengemas penyampaian dakwah secara dialogis antara dai dan *mad'uw* yang sekaligus juga berposisi sebagai pembawa acara di program dakwah tersebut. Program dakwah "Login" membawa pesan bahwa topik-topik keagamaan yang diobrolkan secara ringan, santai, dan mudah dicerna. Program ini dibawakan oleh penceramah bernama Habib Ja'far yang berlatarbelakang seorang penceramah, berduet dengan Onad yang notabene seorang entertainer beragama Katolik memberikan cita rasa baru dialog keagamaan di platform digital. Penyampaian pesan dakwah dibawakan secara dialogis dan tiap episode seringkali menampilkan berbagai tokoh untuk ikut

¹ Usman Jasad, *Dakwah Persuasif Dan Dialogis* (Ponorogo: Wade Group, 2019), 27.

² Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: PT. Raja. Grafindo, 2011), 123.

³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 32.

⁴ "Akhir Program Login Habib Jafar Dan Onad, Begini Kesan Warganet Yang Menyaksikannya," November 8, 2023,

<https://denpasar.suara.com/read/2023/04/23/075007/akhiri-program-login-habib-jafar-dan-onad-begini-kesan-warganet-yang-menysikannya>.

berdiskusi berbagai topik keagamaan dari berbagai kalangan: mulai dari tokoh agamawan non-Islam, entertainmen yang sedang mempelajari Islam, dan lain sebagainya. Hal tersebut menjadikan program “Login” ini menjadi semakin unik dan menarik.

Program dakwah “Login” merupakan salah satu segmen yang ditayangkan selama satu bulan penuh di bulan Ramadhan melalui kanal YouTube *Deddy Corbuzier*. Dilansir dari Social Blade, kanal YouTube tersebut termasuk dalam 10 kanal YouTube dengan subscriber terbanyak di Indonesia dengan jumlah sebanyak 23 juta subscriber.⁵ Sampai saat ini (Desember 2024) kanal tersebut sudah memposting sebanyak 1.766 video yang sudah ditonton sebanyak hampir 7 miliar kali. Hampir semua video sudah ditonton jutaan kali.⁶ Hal ini menunjukkan bahwa kanal YouTube ini merupakan kanal YouTube yang sangat strategis dalam penyebaran opini atau informasi di Indonesia, termasuk penyebaran pesan dakwah melalui program dakwah “Login”.

Program dakwah “Login” senantiasa menarik penonton sampai jutaan pertiap videonya dengan mendapat banyak komentar positif dari masyarakat. Jumlah penonton diklaim melebihi jumlah penonton pada program TV. Pasar penonton tidak

hanya dari kalangan muslim saja, namun juga ditonton oleh berbagai kalangan agama di Indonesia karena pembahasan materi berisi tema lintas agama.⁷ Kesuksesan program tersebut tidak luput dari beberapa fakta yang bisa menarik atensi penonton, diantaranya: (1) perbedaan latar belakang antara Habib Jafar dan Onad memberikan warna tersendiri pada setiap episode; (2) Habib Jafar senantiasa menekankan bahwa program “Login” membawakan nilai positif dan kehangatan Ramadhan untuk bisa dirasakan oleh semua kalangan, tidak hanya muslim saja yang tengah menjalankan ibadah Ramadhan; (3) mendatangkan dan memberikan ‘panggung’ untuk pada pemuka/tokoh agama dari berbagai kepercayaan di Indonesia; dan (4) dianggap mampu menciptakan oase yang sejuk dan damai di tengah masyarakat Indonesia yang heterogen dan majemuk.⁸ Hal tersebut menunjukkan bahwa program dakwah “Login” memiliki kemenarikan yang tinggi di masyarakat dengan atensi respon yang besar.

Tayangan “Login” episode ke-15 ini menjadi fokus penelitian karena di episode tersebut terdapat beberapa keunikan yang membuat penulis tertarik untuk menjadikannya sebagai objek penelitian. Yakni *Pertama*: mendatangkan seorang Banthe, yakni rohaniawan laki-laki dari agama Hindu.

⁵ “10 Channel YouTube dengan Subscriber Terbanyak di Indonesia Juli 2024,” *suara.com*, accessed November 30, 2024, <https://www.suara.com/tekno/2024/07/26/083149/10-channel-youtube-dengan-subscriber-terbanyak-di-indonesia-juli-2024>.

⁶ “Deddy Corbuzier - YouTube,” accessed November 30, 2024, <https://www.youtube.com/@corbuzier>.

⁷ Muhammad Ikhsan Hidayat, “Habib Jafar dan Onad Kembali Menemani Ramadhan 2024 Lewat Acara Login, Jadi Rekomendasi Tontonan Sahur - Kilat,” *Habib Jafar dan Onad Kembali Menemani Ramadhan 2024 Lewat Acara Login, Jadi Rekomendasi Tontonan*

Sahur - Kilat, accessed November 30, 2024, <https://www.kilat.com/hiburan/84412126888/habib-jafar-dan-onad-kembali-menemani-ramadhan-2024-lewat-acara-login-jadi-rekomendasi-tontonan-sahur>.

⁸ Sharla Febrianty Prabowo, “Sukses Ditonton Banyak Orang, Ini 5 Fakta Unik Acara ‘LOGIN’ Milik Onad dan Habib Ja’far - Pitutur - Halaman 2,” *Sukses Ditonton Banyak Orang, Ini 5 Fakta Unik Acara “LOGIN” Milik Onad dan Habib Ja’far - Pitutur - Halaman 2*, accessed November 30, 2024, <https://www.pitutur.id/showbiz/1404895455/sukses-ditonton-banyak-orang-ini-5-fakta-unik-acara-login-milik-onad-dan-habib-jafar?page=2>.

Sehingga tayangan dakwah tersebut diisi oleh pengisi yang berasal dari 3 agama yang berbeda. *Kedua*: jumlah penonton yang tinggi yakni 8,1 Juta penonton sejak 7 bulan tayangan tersebut di upload di YouTube. Jumlah ini termasuk jumlah kedua terbesar dari penonton di keseluruhan program acara “Login” yang tayang selama satu bulan di bulan Ramadhan. *Ketiga*: total pemberi komentar sampai pada angka 11,8 ribu komentar yang sudah memadati kolom komentar. Dimana pemberi komentar ini tidak hanya dari orang Islam di usia generasi tertentu saja, namun juga dari berbagai kalangan usia dan agama.⁹

Respon audiens adalah hasil dari proses komunikasi yang dapat digunakan sebagai ukuran dari efektifitas keberhasilan komunikasi. Respon dapat berupa tanggapan audiens terhadap pesan baik berupa tanggapan mental atau fisik berupa respon kognitif, afektif dan psikomotor.¹⁰ Dengan demikian maka respon dakwah mengacu pada bagaimana tindakan kognitif, afektif dan psikomotorik dari *mad'uw* terhadap pesan dakwah yang diterima. Analisis terhadap respon *mad'uw* bisa dimanfaatkan untuk mengevaluasi keberhasilan dakwah dan pengembangan strategi, metode, atau model dakwah yang lebih efektif untuk para penggiat dakwah kedepannya.

Studi ini fokus untuk mendeskripsikan bagaimana respon warganet terhadap dakwah dialogis pada tayangan dakwah “Login” dan spesifik pada episode ke-15. Kajian tersebut menjadi penting dan

menarik untuk dikaji dikarenakan beberapa alasan. *Pertama*, program dakwah “Login” memiliki atensi yang tinggi di masyarakat Indonesia, hal ini bisa ditunjukkan dengan tingginya jumlah penonton mencapai jutaan di tiap video unggahannya, potongan video tayangan “Login” yang diposting ulang dan menjadi viral di berbagai platform media sosial yang juga memicu ribuan komentar dari warganet. Tingginya atensi masyarakat Indonesia terhadap tayangan dakwah “Login” menunjukkan pengaruh program tersebut relatif tinggi terhadap penyebaran pesan dakwah di Indonesia. *Kedua*, program dakwah “Login” memiliki konsep yang relatif baru dan unik dalam aspek pendekatan dakwah dengan dialogis, tema dakwah yang jarang diangkat yakni keberagaman beragama, sasaran dakwah yang tidak hanya muslim melainkan juga nonmuslim, narasumber atau bintang tamu yang tidak hanya berasal dari kalangan tokoh muslim melainkan lintas agama dengan latar belakang profil yang variatif (pemuka agama, artis, budayawan, dan lain sebagainya). Konsep program dakwah tersebut sangat jarang bahkan terhitung baru di Indonesia, apalagi dengan atensi masyarakat yang tinggi terhadap program dakwah tersebut. *Ketiga*, dalam suatu Podcast, Deddy Corbuzier, selaku pemilik akun channel tayangan dakwah “Login” dan Habib Jafar, selaku dai acara tersebut, dimana keduanya memiliki peran besar dalam penyusunan konsep dan promosi tayangan dakwah “Login”, sempat meragukan respon dan penerimaan masyarakat Indonesia terhadap konsep

⁹ BHANTE BUDDHA BUAT HABIB RESAH // #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 15, accessed November 30, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=wM2eAKusNaU>.

¹⁰ Muhammad Natsir, Najmuddin M. Rasul, and Andi Ummul Khair, “Analisis Pengaruh Unsur-Unsur Komunikasi terhadap Brand Awareness pada Media Pemasaran YouTube,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 2 (July 20, 2022): 1322, <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2126>.

dakwah yang mereka nilai relatif baru dan sensitif di Indonesia. Namun ternyata mereka menilai masyarakat Indonesia merespon tayangan dakwah tersebut dengan antusias dan positif.¹¹ Kajian respon warganet menjadi penting sebagai bahan dan pijakan untuk evaluasi pencapaian tujuan dakwah itu sendiri sehingga bisa menjadi landasan perbaikan strategi dakwah kedepannya, apalagi untuk konteks dakwah dialogis pada tayangan dakwah “Login” yang merupakan dakwah dialogis dengan konsep yang unik dan relatif baru di Indonesia, memiliki atensi tinggi dan sempat diragukan sendiri oleh pencetus tayangan ini.

Adapun studi terkait “Login” sebelumnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Widia Ningsih dkk. Yang melakukan penelitian terkait kandungan isi pesan dakwahnya berjudul *Analysis Of Habib Jafar's Da'wah Message In “Login” Program At YouTube Chanel Deddy Corbuzier*. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dengan sumber data dari dokumentasi video tayangan “Login”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan Habib Jafar dalam program “Login” di *Channel* YouTube Deddy Corbuzier mempunyai karakteristik yang kuat, tujuan yang jelas, dan efektif dalam menjangkau khalayak. Program ini berhasil menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada khalayak secara menarik dan relevan, serta memberikan pengaruh positif dalam memotivasi khalayak dalam

mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari.¹²

Kemudian studi yang dilakukan oleh *Diosi Fatmawati yang berjudul Analisis Respon Warganet terhadap Konten Akun YouTube Zavilda TV pada tahun 2023*. Tujuan penelitian tersebut adalah mengetahui respon Warganet terhadap konten akun YouTube ZavildaTV dan bagaimana kecenderungan respon Warganet terhadap konten tersebut. Studi ini menggunakan metode analisis isi. Data didapatkan kolom komentar akun YouTube ZavildaTV, wawancara kepada Vilda Rosandi selaku pemilik akun YouTube ZavildaTV. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat tiga bentuk respon yang diberikan oleh Warganet yaitu respon kognitif, afektif dan konatif.¹³

Studi tentang respon *mad'uw* terhadap dakwah dialogis belum banyak dilakukan, penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji pada aspek komunikator, strategi dakwah, dan pesan dakwah, belum banyak kajian yang secara spesifik mengkaji respon *mad'uw* spesifik pada dakwah pendekatan dialogis. Dengan demikian pada artikel ini, penulis bertujuan untuk mengkaji tentang bagaimana respon audien atau Warganet terhadap konten dakwah dialogis tayangan “Login” episode ke-15. Harapannya dari penelitian ini adalah bisa diketahui bagaimana respon *mad'uw* dakwah secara umum terhadap suatu pendekatan dakwah dialogis di media digital pada program “Login” di platform YouTube yang

¹¹ HABIB JAFAR: BUBARIN AJA NIH PODHUB!!GAK MANFAAT!! 🤔VIDI - ONAD - PODHUB, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=VjWTVgAOrZE>.

¹² Widia Ningsih, Rokibullah Rokibullah, and Anel Nailul Muna, “Analysis Of Habib Jafar’s Da’wah Message In Login Program At Youtube Chanel Deddy Corbuzier,” *Journal Transnational Universal Studies* 1, no. 3 (May

19, 2023): 133–40, <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i3.29>.

¹³ Diosi Fatmawati, Dita Verolyna, and Nur Cholis, “Analisis Respon Netizen Terhadap Konten Akun Youtube Zavildatv” (undergraduate, Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023), <http://e-theses.iaincurup.ac.id/3911/>.

berpengaruh di Indonesia. Sehingga bisa juga dijadikan landasan bagi penggiat dakwah yang menggunakan pendekatan dialogis untuk bisa memahami karakteristik umum *mad'uw* dalam merespon dakwah dialogis di media sosial.

Metode

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, bertujuan mendeskripsikan objek penelitian berdasarkan data yang terkumpul untuk membuat kesimpulan umum.¹⁴ Media yang digunakan adalah YouTube, dengan fokus pada respon penonton video "Bhante Buddha buat Habib Resah #”Login” diCloseTheDoor - EPS. 15" yang ditayangkan pada 19 Maret 2024 di kanal YouTube Deddy Corbuzier. Sumber data yang digunakan berasal dari komentar warganet yang ada pada kolom komentar dengan jumlah komentar sebanyak 10.345 komentar. Adapun sumber data pada penelitian ini menggunakan sampel dengan teknik pengambilan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel yang didasarkan pada pemilihan secara selektif terhadap unit populasi yang dianggap "kunci" dalam sebuah penelitian.¹⁵ Sampel terpilih dari teknik ini berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimal dalam suatu sumber data, bukan untuk dilakukan generalisasi.¹⁶ *Purposive Sampling* digunakan untuk mengatasi keterbatasan peneliti terhadap jumlah populasi yang besar dengan syarat pelaksanaan dimana pengambilan sampel

perlu didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat dan karakteristik tertentu yang ditentukan secara cermat sesuai dengan karakteristik populasi dan tujuan penelitian.¹⁷ Studi ini menggunakan sampel dari *purposive sampling* didasarkan pada pertimbangan keterbatasan terhadap populasi yang jumlahnya sangat besar, yakni sebanyak 10.345 komentar. Sehingga diambil hanya pada komentar yang dianggap memiliki informasi yang maksimal bisa mendekati karakteristik keseluruhan populasi. Adapun ciri dan karakteristik unit populasi yang dipilih adalah komentar populer dengan banyak *like* dan *reply* supaya bisa mendekati karakteristik respon umum warganet di kolom komentar, karakteristik unit populasi yang demikian dianggap bisa mewakili respon umum karena komentar tersebut mendapatkan atensi tinggi terhadap respon warganet yang lain. Adapun jumlah komentar populer berdasarkan ciri tersebut teridentifikasi berjumlah 37 komentar dengan tanpa membatasi latar belakang agama dari penulis komentar tersebut. Pelaksanaan tahap analisis respon warganet terhadap dakwah dialogis pada tayangan dakwah "Login" dilakukan menggunakan indikator kognitif, afektif, dan konatif. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dengan tahapan mereduksi data, menyajikan data, memverifikasi data dan membuat kesimpulan.

¹⁴ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 98.

¹⁵ Nazir, 125.

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 219.

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian | Suatu Pendekatan Praktik* (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), 183.

Hasil dan Pembahasan

1. Respon dalam Konteks Dakwah

Respon berasal dari kata *response*, yang berarti jawaban, menjawab, balasan atau tanggapan (*reaction*). Menurut Jalaludin Rakhmat menjelaskan bahwa respon adalah suatu kegiatan dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan yang diimbuhkan oleh suatu perangsang juga dapat disebut respon.¹⁸ Sedangkan menurut Effendy respon adalah *feedback* atau umpan balik yang diberikan komunikan kepada komunikator setelah komunikator menyampainya pesan kepada komunikannya yang menimbulkan efek.¹⁹ Sehingga bisa disimpulkan bahwa respon adalah suatu reaksi atau tanggapan seseorang terhadap stimulus yang berpengaruh teradap diri seseorang. Adapun respon dalam hal ini adalah respon mitra dakwah setelah menerima pesan dakwah dari tayangan "Login" episode ke-15.

Format respon terbagi menjadi dua macam, yakni respon positif dan negatif. Respon negatif yakni sebuah reaksi yang menentang (bersikap bertolak belakang) isi pertanyaan. Sedangkan, respon positif yaitu respon yang mendukung terhadap isi pernyataan.

Adapun macam-macam Respon menurut Taksonomi Bloom, dibagi menjadi tiga bagian²⁰, yakni; *pertama*, kognitif, yaitu

kemampuan intelektual mencakup pengetahuan, pemahaman, penerapan, analisis, sintesis dan evaluasi yang diterapkan untuk membangun pengetahuan. Respon kognitif adalah suatu respon yang muncul setelah adanya pemahaman terhadap suatu stimulus tertentu yang berkaitan dengan informasi atau pengetahuan.²¹ Dengan demikian maka ranah kognitif diantaranya adalah pengetahuan, berhubungan dengan ilmu/wawasan yang pernah didapatkan dan dipelajari; pemahaman, kemampuan untuk menangkap suatu pemahaman, makna, arti, dari apa yang dipelajari; penerapan, kemampuan yang diterapkan dari yang sudah dipelajari sebelumnya; analisis, kemampuan untuk menganalisa suatu fenomena. Sintesis, yakni kemampuan saling menghubungkan satu hal dengan yang lain yang memiliki keterkaitan. Evaluasi, kemampuan untuk membentuk pendapat mengenai sesuatu.²²

Kedua, afektif, yakni kemampuan yang mengutamakan perasaan, emosi, dan reaksi terhadap suatu stimulus tertentu. Berkaitan dengan aspekpek emosional seperti eprasaan, minat, sikap kepatuhan terhadap moral dan sebagainya. Respon afektif merupakan respon yang muncul akibat perubahan perasaan yang terkait dengan emosi, sikap, dan nilai. Adapun ruang lingkup

¹⁸ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Pt Remaja Posdakarya, 2005), 17.

¹⁹ Erwan Effendy et al., "Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Dakwah Pemuda Milenial (Analisis Konten Dakwah Youtube 'Pemuda Tersesat' Habib Ja'far Coki Pardede Dan Tretan Muslim)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (October 9, 2023): 41, <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.9983>.

²⁰ Dewi Amaliah Nafiati, "Revisi Taksonomi Bloom: Kognitif, Afektif, Dan Psikomotorik," *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 2 (December 31, 2021): 151–72, <https://doi.org/10.21831/hum.v21i2.29252>.

²¹ Sivaul Fuadah, "Respon Kognitif, Afektif Dan Konatif Jamaah Gereja Stasi St Benediktus Terhadap Tayangan Aksi Terorisme Surabaya Di Youtube" (bachelorThesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51843>.

²² Ifwana Fairuzil Faradini, "Analisis Respon Warganet Pada Akun Youtube The Newsroom NET (Episode Seputar Rumah Kecil yang Berhimpitan dengan Apartemen Mewah di Tengah Ibu Kota)," *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 13, no. 1 (July 23, 2022): 94–108, <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.8530>.

respon afektif meliputi: (a) penerimaan, yakni kemampuan untuk memperhatikan suatu rangsangan; (b) partisipasi, mencakup keikutsertaan, berpartisipasi, terhadap suatu kegiatan; (c) penilaian atau penentuan sikap; (d) kemampuan untuk memberikan penilaian terhadap sesuatu dan menentukan sikap atas penilaian tersebut dari dalam diri sendiri; (e) organisasi, kemampuan untuk penyatuan nilai, sikap, menyelesaikan suatu masalah yang timbul, dan menyelaraskan perbedaan. Pembentukan pola hidup, kemampuan untuk lebih merasakan dan menghargai nilai-nilai kehidupan sehingga dapat menjadi pegangan dalam mengatur kehidupannya sendiri;²³ *Ketiga*, Konatif (psikomotor) yakni kemampuan atau keterampilan yang melibatkan fungsi sistem syaraf dan otot dan fungsi psikis. Respon konatif yakni respon yang muncul disebabkan suatu tindakan, kebiasaan terkait perilaku nyata yang bisa diamati.²⁴

Proses penyampaian dakwah berlangsung sebagaimana proses komunikasi pada umumnya di mana mulai dari komunikator (dai) hingga *feedback* atau respon komunikan (*mad'uw/objek* dakwah). Aktifitas dakwah dimulai dari adanya seorang komunikator (*sender/pengirim* pesan/dai). Dalam perspektif Islam, setiap muslim adalah komunikator dakwah karena dakwah merupakan kewajiban individual muslim. Yang mana komunikator memilih dan memilah ide berupa materi dakwah lalu dioleh menjadi pesan dakwah. Pesan itu disampaikan melalui media tertentu yang tersedia untuk diterima oleh komunikan. Komunikan menerjemahkan dan memahami simbol-simbol pesan dakwah itu dan

kemudian memberikan umpan balik atau meresponnya. Baik melalui pemahaman, pengalaman, atau pengamalan terkait pesan yang disampaikan.²⁵ Dengan demikian, respon dakwah mengacu pada efek yang dihasilkan secara pemahaman, perasaan atau perilaku pada *mad'uw* setelah menerima pesan dakwah dari dai. Agama sangat diperlukan bagi hidup manusia. Maka, penyebaran agama pun mendadi bernilai penting dan harus dilaksanakan. Jamaludin Kafie menyebutkan bahwa tujuan utama dakwah adalah merealisasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam kehidupan individu maupun sosial atau umat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka mencaapai kebahagiaan dan keseimbangan hidup, kesejahteraan dan ketentraman, kesenangan dan ketenangan.²⁶ Dari pendapat ini, bisa diketahui bahsawannya tujuan dakwah tidak hanya sekedar menyampaikan saja, melainkan juga sampai bisa dihasilkan perubahan perilaku dari yang awalnya tidak menjalankan ajaran Islam menjadi menjalankan, dari yang awalnya melanggar perintah dalam ajaran Islam menjadi menjalankannya.

Dari uraian diatas, bisa disimpulkan bahwa respon dalam dakwah dikatakan berhasil jika dakwah tersebut mampu menghasilkan efek perubahan pemahaman (kognisi), perasaan (afektif) dan perilaku (psikomotor) pada *mad'uw* kearah perubahan yang sesuai dengan tujuan dakwah itu sendiri.

²³ Faradini.

²⁴ Faradini.

²⁵ Soemirat dan Suryana, *Komunikasi Persuasif*, 2014, 7.

²⁶ Kafie, *Pengantar Ilmu Dakwah*, 32.

2. Dakwah Dialogis dan Warganet sebagai Mad'uw

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dakwah adalah penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama.²⁷ Sedangkan dialogis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bersifat terbuka dan komunikatif.²⁸ Berdasarkan tinjauan bahasa bisa disimpulkan bahwa dakwah dialogis adalah seruan memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran Islam secara terbuka dan komunikatif.

Dakwah merupakan sesuatu yang sangat penting dalam ajaran Islam. Sebab, ajaran Islam disebarluaskan dan diperkenalkan kepada umat manusia melalui aktifitas dakwah.²⁹ Setiap umat Islam diharuskan untuk menyempatkan diri untuk berdakwah dan berbagi pengetahuan Islam antar sesama, kapanpun, dimanapun kepada siapapun. Hal ini sebagaimana dalam sebuah hadis, dimana Nabi bersabda: "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat"

Meski demikian, Islam tidak membenarkan adanya praktik pemaksaan dalam berdakwah. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah:256 yang menjelaskan bagaimana ajaran Islam dalam mengajak manusia untuk masuk kedalam ajaran Islam, yang berbunyi:..... لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ yang artinya: *Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam).*

Bisa dilihat dari ayat tersebut, bahwa Islam adalah agama yang sangat santun dalam mengajak manusia untuk memeluk Islam. Terdapat beberapa alasan Islam tidak membenarkan adanya pemaksaan dalam menjalankan dakwah. *Satu*, adalah karena Islam adalah agama yang benar dimana isi ajaran-ajarannya bisa bisa dibuktikan dan diuji kebenarannya secara ilmiah. *Kedua*, dikarenakan iman atau suatu keyakinan akan masuk ke dalam hati manusia merupakan hidayah dari Allah. Sehingga tidak serangpun mampu dan berhak memberi hidayah kedalam hati manusia kecuali Allah.³⁰

Namun, sangat disayangkan, konteks saat ini masih sering terjadi berbenturan pemahaman di kalangan umat Islam itu sendiri, dimana tidak sedikit perbedaan pemahaman itu berujung pada tindakan kekerasan untuk mengklaim bahwa aktifitas dakwah merkalah yang paling benar dan melakukan tindakan yang cenderung mengarah pada kekerasan. Seperti yang pernah terjadi di Indonesia dimana terjadi pembakaran tempat-tempat beribadah oleh kelompok-kelompok tertentu beratribut kelompok islam.³¹

Masih banyak praktik dakwah sejenis yang dianggap memiliki muatan kekerasan bahkan kriminalitas. Dalam tataran lingkup internasional terjadi serangan terhadap World Trade Center (WTC) New York dan markas Pentagon Washington D.C. pada

²⁷ "ama."Hasil Pencarian - KBBI VI Daring," accessed June 5, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dakwah>.

²⁸ "Hasil Pencarian - KBBI VI Daring," accessed June 5, 2024, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dialogis>.

²⁹ H.M. Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Yogyakarta: Al Amin Press, 1997), 1.

³⁰ Amin, 3.

³¹ "Aher Kecam Aksi FPI Rusak Masjid Ahmadiyah," *Republika Online*, 26 Oktober 2012, <https://republika.co.id/berita/nasional/jawa-barat-nasional/12/10/26/mchf9u-aher-kecam-aksi-fpi-rusak-masjid-ahmadiyah>.

tanggap 11 September 2001. Kemudian dalam konteks Indonesia terjadi berbagai tindakan kekerasan yang mengatasnamakan Islam seperti rentetan peristiwa pengeboman yang terjadi di Bali (pada 12 Oktober 2002 dan 1 Oktober 2005) dan Hotel JW Marriot Jakarta (pada 5 Agustus 2003 dan 17 Juli 2009), Penghancuran tempat-tempat hiburan dan penjual minuman keras, penutupan dan pembakaran rumah ibadah, kesemuanya mengatasnamakan Islam. Kekerasan dengan menggunakan simbol-simbol Islam ini telah menimbulkan kecemasan berbagai kalangan, baik di kalangan muslim sendiri, maupun di kalangan non-muslim.³² Bukan hanya kecemasan saja, namun juga citra Islam sebagai agama yang santun tercoreng menjadi citra Islam sebagai agama yang radikal dan anti perdamaian.

Disamping hal diatas, hampir semua aktifitas dakwah para rasul berhadapan dengan masyarakat plural. Dari zaman Nuh As sampai dengan Rosululloh Saw. Sejarah menunjukkan bahwa pluralitas telah ada dan senantiasa akan terus ada sepanjang masa; dan karena itu, menafikan pluralitas (kemajemukan) sama artinya menafikan ke-Esa-an Tuhan karena watak dasar semua makhluk-yang pasti berbeda dengan sang Khaliq adalah pluralitas (at-ta'addudiyah).³³

Dakwah Islam yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw. juga dihadapkan pada masyarakat yang plural, baik selama berdakwah di Mekkah, maupun ketika membangun masyarakat Madinah.

Demikian pula masyarakat yang didakwahi Nabi Ibrahim As., yaitu masyarakat Ur, tempat kelahirannya, masyarakat Kan'an, Palestina, maupun masyarakat Mekkah dan sekitarnya.³⁴ Sudah teruji dalam sejarah bahwa dakwah dialogis merupakan dakwah yang efektif menghadapi konteks masyarakat yang plural.³⁵ Pendekatan dakwah harus berifat manusiawi, dialogis serta mampu memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat.³⁶ Dakwah dialogis merupakan merupakan dakwah yang menunjukkan adanya situasi timbal balik antara mad'uww dan dai, artinya ada proses interaksif antara *mad'uww* dan dai dalam hal proses penyampaian pesan.³⁷

Dakwah dengan secara represif (kekerasan) selain bertentangan dengan ajaran Islam, juga dianggap sebagai dakwah yang tidak efektif karena bukannya membawa citra positif terhadap Islam, malah justru membuat banyak orang takut dengan ajaran Islam (Islamophobia). Hal ini sebagaimana penjelasan dari Usman Jasad yang menyatakan bahwa suatu komunikasi dakwah bisa dianggap efektif bilamana tujuan dakwah bisa tercapai. Komunikasi yang demikian mensyaratkan komunikasi yang menempatkan manusia sebagai makhluk yang memiliki potensi kekuatan untuk meninterpretasi pesan-pesan yang diterimanya. Dimana *mad'uww* atau penerima pesan mampu membangun maknanya sendiri berdasarkan pesan yang disampaikan oleh komunikator atau dai.³⁸ Berdasarkan hal tersebut, maka dakwah dialogis bisa menjadi salah satu alternatif yang efektif

³² Usman Jasad, *Dakwah Persuasif dan Dialogis* (Ponorogo: Wade Group, 2019), 1–4.

³³ Muhib Abdul Wahab, "Wawasan Al-Qur'an tentang Dakwah Dialogis," *Al Burhan* 16, no. 2 (2016): 278.

³⁴ Abdul Wahab, 278.

³⁵ Abdul Wahab, 278.

³⁶ Nanik Mujianti dan Nila Audini Oktavia, "Media Dakwah pada Generasi Milenial," *Jurnal Mediakita* 7, no. 1 (2022): 116.

³⁷ Jasad, *Dakwah Persuasif dan Dialogis*, 26.

³⁸ Jasad, 15.

dan sesuai dengan ajaran Islam dengan menyampaikan Islam tanpa paksaan, melainkan mendudukan *mad'uw* untuk dilibatkan bersama sama dengan dialog untuk memahami Islam dengan baik dan benar.

Dakwah dialogis merupakan dakwah yang mengedepankan proses interaksi antara dai dan *mad'uw*, dimana pesan tidak disampaikan secara satu arah saja, namun juga dua arah. Sehingga terjadi timbal balik dalam penyampaian pesan dakwah. Oleh karena itu, dakwah dialogis mengupayakan untuk Menunjukkan adanya kesesuaian antara pesan yang disampaikan dengan kebutuhan audiens dan sistuasi sosial yang mengitarinya. Pesan dakwah disesuaikan dengan kondisi individual dan kondisi sosial *mad'uw*. Adapun aspek aspek *mad'uw* dan lingkungan sosial yang harus dijadikan pertimbangan dalam pesan dakwah dialogis meliputi aspek kedirian, aspek psikologis dan aspek sosiologis. Aspek kedirian meliputi umur, tingkat pengetahuan, sikap terhadap agama, jenis klamin, dan keadaan sosial yang mengikutinya. Sedangkan aspek psikologis meliputi kepribadian, pengetahuan, ketrampilan, nilai-nilai dan peranan. Kemudian aspek sosiologis terdiri atas nilai-nilai kemasyarakatan, adat/tradisi, pengetahuan, ketrampilan dan bahasa.³⁹

Dengan mempertibangkan aspek-aspek diatas, maka proses interaksi dialogis antara *mad'uw* dan dai akan berjalan efektif, sehingga tujuan dakwah berupa perubahan pengetuan, pemahaman, sikap dan perilaku kepada nilai-nilai islami bisa dicapai. Tujuan

dakwah dialogis adalah untuk memastikan pesan dakwah diterima secara efektif, dan diterima secara sadar dan tulus oleh objek dakwah. Tidak dengan paksaan yang karena selain tidak akan diterima secara efektif dan secara tulus, juga akan menghasilkan stigma negatif terhadap dakwah Islam itu sendiri.

Dalam QS AN-Nahl:125 dinyatakan bahwa "*jaadilhum billati hiya ahsan*" dengan terjemahan "bantahlah mereka dengan cara yang baik" potongan ayat ini merupakan sinyal bahwa Allah menghendaki salah satu metode atau pendekatan dakwah secara dialigus, baik daam konteks disuksi atau berdebat dengan cara yang baik. Kata "bantahlah" pada ayat tersebut merupakan bentuk penyampaian suatu kebenaran khususnya pada pihak atau golongan yang menentang atau tidak sepakat dengan kebenaran yang ada dalam Islam.⁴⁰ Dengan demikian, pendekatan dakwah dialogis bisa termasuk merupakan salah satu metode dakwah yang dikehendaki Allah untuk konteks dan tujuan dakwah tertentu dalam menghadapi berbagai permasalahan dakwah di masyarakat. Dakwah dialogis banyak dicontohkan oleh dakwahnya pada nabi sebagaimana dalam ayat-ayat dalam Al-Quran. Dimana dakwah dilakukan secara dialogis, dengan teknis atau metode yang berbeda beda sesuai dengan kondisi yang melingkupi objek dakwah, mencakup intelektualistas objek dakwah, usia, bahkan gender. Salah satunya adalah warganet sebagai objek dakwah atau *mad'uw*.

Warganet tergolong sebagai audiens atau penonton. Secara harfiah penonton

³⁹ Jasad, *Dakwah Persuasif Dan Dialogis*, 27–28.

⁴⁰ Hendra Bagus Yulianto, "Strategi Komunikasi Debat dalam Dakwah: Studi Pola Respons terhadap Abusive Ad Hominem Attacks," *INTELEKSIA: Jurnal*

Pengembangan Ilmu Dakwah 6, no. 1 (July 16, 2024): 87–107,
<https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v6i1.307>.

(audiens) disebut sebagai khalayak, yang artinya sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa diberbagai media atau komponen beserta isinya, seperti pendengar radio, penonton televisi, YouTube dan media lainnya.⁴¹

Warganet dakwah merupakan *mad'uw* di era media digital. Warganet dakwah bisa merupakan individu, kelompok atau masyarakat yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh dai melalui teknologi digital, termasuk media sosial. Mereka memiliki kemudahan untuk memberikan respon dan berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar di media sosial baik komentar bernada positif, negarif, menerima, mengkriti, atau menolak pesan-pesan dakwah yang diterima dari media sosial.⁴² Penonton (audiens) atau Warganet sebagai *mad'uw* dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memberikan komentar atau tanggapan di *channel* YouTube Deddy Corbuzier pada program "Login" episode ke-15. Penonton disini tidak dibatasi usia, dari anak-anak hingga dewasa. Dalam YouTube istilah penonton biasa disebut dengan *viewers* yang artinya adalah penonton dalam sebuah video tersebut, sedangkan ada istilah lain yaitu *subscriber* yang artinya jumlah pelanggan dalam sebuah *channel* YouTube tersebut.

3. Program Dakwah "Login"

Program dakwah "Login" merupakan bagian dari konten *podcast* #CloseTheDoor milik Deddy Corbuizer yang merupakan salah satu *channel* di media sosial YouTube. *Channel* ini bergabung dengan YouTube pada tanggal 8 Desember 2009. Hingga saat ini, Deddy

Corbuizer telah ditonton oleh 4.742.033.875 kali oleh pengguna YouTube. Akun YouTube Deddy Corbuizer memiliki *subscriber* sebanyak 22.8 juta.⁴³ Sejak awal Ramadan tahun 1445 H ini, Deddy Corbuzier mengunggah konten bernama "Login" di kanal YouTube pribadinya. Konten dibawakan oleh Habib Jafar dan Onadio Leonardo (Onad). Dalam tayangan "Login" ini terjadi interaksi dialog antara Habib Ja'far dan Onad, dimana dialog berjalan secara variatif, kadang dialog bernuansa santai, kadang juga dialog bernuansa serius. Onad akan aktif bertanya tentang Islam, kemudian Habib Ja'far akan menjawab dan memberikan penjelasan. Dari dialog mereka, penonton yang poisisnya juga sebagai *mad'uw* bisa menginterpretasi dan memahami maksud pesan dakwah yang disampaikan melalui dialog mereka. Seringkali ditemukan komentras dari penonton yang menyatakan bahwa banyak pertanyaan-pertanyaan Onad yang juga mewaliki pertanyaannya dan puas dengan jawaban yang diberikan oleh Habib Ja'far. Respon penonton yang diteliti adalah program "Login" episode ke-15 yang berjudul 'BHANTE BUDDHA BUAT HABIB RESAH! #Login"diCloseTheDoor - EPS. 15'. Pada video ini, dihadirkan pemuka agama dari agama Budha. Adapun isi video tersebut banyak membahas tentang nilai-nilai ajaran Agama dengan berbagai perspektif keagamaan, baik sudut pandang Islam, Budha dan Katolik. Dialog dikemas dengan suasana yang santai, ringan dan dialogis. Respon penonoton sampai 11 ribu komentar yang cenderung banyak menuai respon yang positif.

⁴¹ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik*, n.d., 157.

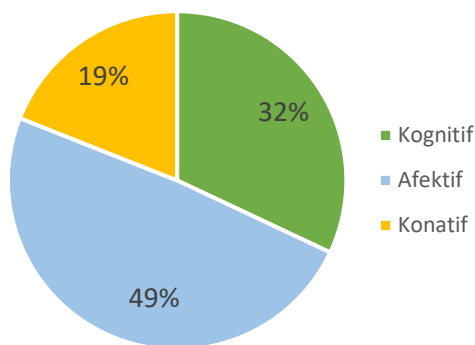
⁴² Ali Nurdin and dkk, *Revolusi Dakwah* (YOgyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2024), 81.

⁴³ "Deddy Corbuzier - YouTube," accessed December 11, 2023, <https://www.youtube.com/>.

4. Respon Warganet terhadap Program Dakwah Dialogis pada Tayangan “Login”

Berdasarkan hasil analisis, didapatkan temuan terkait respon Warganet terkait dakwah dialogis dalam tayangan “Login” episode-15 adalah sebagai berikut:

Respon Warganet terhadap Dakwah Dialogis Tayangan "Login"



Grafis 1 – Komposisi Prosentase Respon Warganet

Secara umum, respon Warganet terhadap dakwah dialogis Habib Jafar pada program dakwah “Login” terbagi pada jenis respon kognitif, afektif dan konatif. Diantara seluruh jenis respon, paling banyak respon Warganet adalah respon afektif yang berkaitan dengan respon perasaan, disusul dengan respon kognitif dan konatif yang jumlahnya tidak terpaut jauh. Hal ini menunjukkan bahwa tayangan dakwah dialogis pada program dakwah tersebut tidak hanya mampu memberikan efek atau menghasilkan respon kognitif atau secara perubahan pemikiran saja, melainkan juga berhasil menyentuh aspek afektif atau perasaan dari Warganet. Bahkan respon Warganet tidak hanya pada dominan pada afektif tapi juga sampai pada respon konatif dimana Warganet tataran respon Warganet pada aspek keinginan untuk senantiasa

mengikuti episode program tersebut yang lain dan mendesak untuk terus melanjutkan dan mengembangkan program dakwah dengan konsep sebagaimana yang diterapkan pada tayangan dakwah “Login” tersebut.

a. Respon Kognitif

Adapun respon kognitif warganet banyak tertuju pada narasi-narasi toleransi dan keharominisan dalam menjalankan kehidupan beragama di Indonesia. Warganet memandang dialog yang dilakukan oleh berbagai penganut agama yang berbeda dan satu penganut agama yang berbeda juga itu berlangsung sangat toleran, damai, saling menghargai tanpa menyudutkan satu sama lainnya. Respon penilaian terhadap Banthe dinilai sebagai komunikasi yang lembut, halus, tertutur baik, penuh pemikiran, tenang, tidak ada tendensi untuk mendominasi, tidak ada kecenderungan untuk memotong pembicaraan orang lain. Warganet juga menilai bahwa Banthe terlihat dari bahasa tubuh dan ekspresi mukanya mencerminkan keluwesan hati, kedamaian dan ketenteraman jiwa. Warganet juga menilai bahwa diskusi tentang agama yang biasanya selalu sensitif dan kontroversial dirasakan berbeda pada tayangan program dakwah ini, dimana meskipun berasal dari latarbelakang penganut agama yang berbeda, mereka bisa satu frekuensi dan saling menghormati perbedaan. Hal ini mempertegas bahwa stigma orang-orang nonmuslim yang banyak ditakuti dan orang-orang muslim yang distigmakan terosis menjadi terbantahkan. Hal ini ditunjukkan dengan bagaimana perkumpulan orang dari berbagai agama bisa akur, berdialog dengan santai namun tetap berisi dan damai. Kemudian Warganet juga menilai bahwa dengan adanya dakwah

seperti ini memungkinkan kesalahpahaman antarumat beragama bisa berkurang, antarumat beragama bisa menjadi lebih saling mengerti, saling memahami dan saling menghargai satu sama lain. Dengan demikian, potensi konflik dan berbagai ketegangan antarumat beragama di Indonesia bisa perlahan teratasi dan mengarah pada hidup harmoni yang damai dan indah.

Salah satu contoh komentar yang mewakili respon kognitif (sekaligus afektif) dan analisis adalah komentar dari @feriirawan1380 yang menyatakan bahwa: *"Saya umat Buddha dan suka banget ama episode kali ini karena merasa seperti melihat pencerminan Bhinneka Tunggal Ika, menghargai antar umat beragama dan kedamaian. Islam, Buddha dan kristen bisa duduk bersama, menghargai, dan dapat saling tertawa bersama antar umat beragama."*

Temuan menarik lainnya adalah bahwa Warganet yang berkomentar dan menunjukkan respon kognitif ini tidak hanya berasal dari kalangan umat muslim. Bisa dilihat dalam isi komentarnya banyak diantara mereka yang memperkenalkan diri sebagai nonmuslim. Meskipun komentar dari berbagai kalangan saling berinteraksi dalam satu laman komentar, namun bisa dilihat keharmonisan Warganet dalam menyampaikan komentarnya, sebagaimana salah satu contoh komentar dari @handikaindra yang meninggalkan respon komentar sebagai berikut: *"Gw Buddhist dan selalu bilang kalau Buddha/Buddhism itu bukan agama, tp cuma ajaran yg bs jadiin pedoman hidup. Siapa pun boleh belajar Buddhism walaupun mereka dari agama yang lain. Gw jg dulu SMA di negeri,*

minoritas, tapi setiap pelajaran agama Islam ga pernah keluar kelas (karena ga ada temen lain yg keluar) tapi juga seru dengerin gurunya sharing agama Islam. Sampe Al Fatihah aja apal karena tiap pagi selalu dibacain. Indonesia itu indah, asal masyarakatnya sadar dengan agama masing2nya. Ingat, agama terbaik itu adalah agama milik kalian masing2. Jangan banding2kan agamamu dengan agama orang lain. Toleransi itu penting. Gw berharap orang Cilegon bisa mulai sadar dan memperbolehkan pembangunan Vihara atau Gereja. Dari gw lahir dan sampe skrg ga pernah punya Vihara." Komentar ini harmonis dan senada dengan komentar salah satu Warganet dengan nama akun @megaade2451 yang mengaku beragama Islam sebagaimana berikut: *"Saya seorang muslim. Tapi sangat suka melihat penyampaian bhante yang adem dan beliu sangat sederhana dan ternyata orang yg baik telah membangun musholla juga. Dan intinya semua Agam selalu mengajarkan hal yang baik hanya saja cara penyembahan kita yang berbeda dan iman kita untuk siapa. #salam toleransi sering sering buat konten yg begini om ded".*

Contoh-contoh respon kognitif tersebut menunjukkan pemahaman akan toleransi dalam beragama. Bahwa dakwah dialogis bisa membuka dan meberikan pemahaman bahwa satu agama dengan agama yang lain tidak harus selalu hidup berdampingan dengan gesekan atau konflik, melainkan jug abisa berdampingan secara toleran, damai dan harmonis. Sehingga tercipta saling menghargai dan saling menghormati. Respon- respon diatas menjadi salah satu bukti bahwa dakwah dialogis bisa berdampak pada pemahaman toleransi beragama di masyarakat, mampu

menunjukkan secara konkrit bahwa ajaran Islam menghargai perbedaan dan toleransi beragama serta mampu menjawab stigma negatif yang memandang bahwa keragaman beragama memicu ketegangan sosial dan konflik.

b. Respon Afektif

Respon afektif banyak tertuju pada munculnya rasa bangga Warganet terhadap konsep dakwah dialogis dengan menampilkan dialog antarumat beragama, bahkan berasal dari tokoh agamanya langsung yang bisa menunjukkan keindahan Islam dan keindahan hidup berdampingan dengan kalangan nonmuslim. Salah satu contoh respon ini bisa dilihat dari komentar yang ditinggalkan oleh akun @ariacce9801 yang berkomentar sebagaimana berikut: *"Melihat tokoh beda agama duduk, ngobrol, bercanda tanpa ketersinggungan. betapa indahnyanya ❤️ itulah Indonesiaku"*. Komentar ini juga senada sebagaimana yang disampaikan oleh akun @kartupandu-vg4fi yang berkomentar: *"Senang lihat nya semoga dengan adanya podcast ini kerukunan antar umat beragama bisa terwujud di Nusantara tercinta ini."*

Adapun ungkapan-ungkapan yang mencerminkan respon afeksi positif diantaranya adalah ungkapan-ungkapan yang disampaikan oleh Warganet dalam berbagai komentarnya, seperti diksi dan ungkapan *bangga, bahagia, senang sekali, alhamdulillah, kagum, demen, terharu, keren abis*, dan ungkapan lain sebagainya. Ungkapan-ungkapan tersebut sering ditemukan di banyak komentar yang ditinggalkan oleh Warganet. Penggunaan diksi tersebut dalam komentar menunjukkan adanya respon afektif atau respon terkait bagaimana perasaan yang muncul dari

Warganet setelah menyimak tayangan dakwah dialogis pada tayangan program dakwah "Login". Penggunaan diksi tersebut juga menunjukkan adanya respon afektif yang bernada positif, artinya perasaan yang muncul cenderung perasaan yang sifatnya menerima atau tidak mengarah pada respon menolak dan pertentangan.

Temuan menarik lainnya adalah terkait porsi respon afektif menduduki posisi terbanyak diantara respon kognitif dan konasi, yakni sebanyak 49% dari total 32 komentar populer yang dijadikan sebagai sumber data pada penelitian ini. Banyak dari ungkapan respon afektif Warganet ini tertuju pada rasa senang mereka dimana dengan adanya tayangan dakwah dialois "Login" ini bisa menunjukkan nilai-nilai toleransi untuk menjadikan Indonesia sebagai negeri yang indah dan damai dalam perbedaan. Dari 49% respon negatif yang penulis temukan, semua respon bermuatan respon afektif yang positif. Artinya tidak ada respon negatif seperti respon marah, tidak suka, benci dan lain sebagainya. Respon positif terkait afektif diatas juga menunjukkan bahwa dakwah dialogis mampu memberikan efek afektif yang positif, dimana dakwah dialogis mampu memberikan efek kepada Warganet atau *mad'uw* yang tidak hanya efek kognitif saja, namun lebih jauh dari itu, yakni efek afeksi yang kuantitasnya juga mendominasi.

c. Respon Konatif

Adapun efek respon konasi menempati porsi paling sedikit, yakni sebesar 19%. Adapun arah efek respon konasi ini adalah terkait dorongan Warganet untuk mendukung pemilik *channel* dalam hal meneruskan konsep dakwah yang selama ini sudah diselenggarakan. Sebagaimana komentar yang ditinggalkan salah satu akun

@rafaelrafael4704 yang menyatakan “Sumpah ini Bante seru, bisa se-frekuensi, sense humornya tinggi jadi bisa imbangin habib jafar dan onad. Walau ini obrolan sampe 2 jam juga gak bakal kerasa lama betah dengerinnya. Seberesnya ramadhan acara “Login” ini harus terus lanjut sih karena Wallahi ini bisa mempererat dan memperluas rasa toleransi antar umat beragama. Keep it up om deddy botak...!!!”. Respon ini menunjukkan bahwa tayangan program dakwah “Login” cenderung mampu meningkatkan minat dan keinginan Warganet dalam mempelajari ajaran agama melalui tayangan dakwah di media sosial, terlepas latar belakang Warganet tersebut.

Disisi lain, terdapat respon lain yang cukup menarik terkait respon konatif, yakni respon Warganet yang lain yang memiliki respon senada dengan respon yang disampaikan diatas, namun lebih kepada menguatnya keinginan untuk semakin tergerak memeluk agama Islam. Respon tersebut secara spesifik yang disampaikan oleh akun @BONSAIINSPIRASI yang berkomentar “Saya Katholik, setelah lebaran saya mau masuk Islam, mohon doanya”. Respon ini menunjukkan bahwa terdapat Warganet yang semakin tergerak hatinya untuk menjadi Muslim.

Berdasarkan respon konasi diatas menunjukkan bahwa dakwah dialogis bisa

berefek pada meningkatnya minat Warganet untuk mempelajari agama. Hal tersebut bisa dilihat secara linier tidak hanya pada respon konasi, melainkan dari tiga bentuk respon positif pada respon kognisi, afeksi dan konasi. Dengan adanya temuan ini, bisa menjadi masukan untuk pada dari dalam hal mempertimbangkan salah satu metode dakwah dialogis sebagai alternatif metode dakwah untuk menghasilkan efek respon positif kepada sasaran dakwah yang mana metode ini tidak hanya bisa dilakukan pada dakwah dengan media konvensional saja, melainkan juga dengan menggunakan media digital.

Jumlah respon afektif yang dominan terjadi pada warganet menunjukan bahwa metode dakwah dialogis mampu menghasilkan efek yang tidak hanya efek kognitif saja, melainkan bahkan efek afektif yang dominan. Hal ini senada dengan tujuan dari metode dakwah dialogis itu sendiri, yakni adalah untuk memastikan pesan dakwah diterima secara efektif, dan diterima secara sadar dan tulus oleh objek dakwah. Artinya efek dakwah tidak hanya berhenti pada pemahaman, melainkan lebih lanjut lagi pada efek afeksi, bahkan konasi.

Jika di ringkas, maka bisa digambarkan pola respon warganet terhadap program dakwah dialogis “Login” sebagai berikut:

Tabel 1 – Pola Bentuk Respon Warganet terhadap Program Dakwah Dialogis “Login”

Jenis Respon	Prosentase	Pola Bentuk Respon
Kognitif	32%	Pemahaman tentang pentingnya toleransi beragama, untuk saling menghargai dan menghormati perbedaan beragama yang ada di Indonesia, sehingga tercipta kedamaian dan kerukunan di tengah keberagaman beragama.
Afektif	49%	Munculnya perasaan bangga dengan adanya dialog antarpemuka agama yang dinilai bisa menunjukan keindahan Islam dan keindahan akan hidup berdampingan.

Jenis Respon	Prosentase	Pola Bentuk Respon
Konatif	19%	Munculnya keinginan untuk melanjutkan program dakwah dengan konsep dakwah dialogis yang mengedepankan interaksi dan dialog antaragama sehingga tercipta saling memahami dan menghargai dalam hidup bermasyarakat yang heterogen.

Simpulan

Respon Warganet terhadap konten dakwah dialogis tayangan “Login” episode ke-15 adalah positif, baik respon dalam aspek kognitif, afektif maupun konasi. Adapun porsi respon masing-masing kategori dari sejumlah 32 komentar Warganet populer didominasi oleh respon afektif sebanyak 49%, respon kognitif 32% dan sisanya paling sedikit respon konasi sebesar 19%.

Adapun respon afeksi pada Warganet tertuju pada perasaan bangga, senang, bahagia, terharu dan repon emosi positif lainnya terhadap konten dan tayangan “Login” episode ke-15. Tidak ada respon afeksi yang bermuatan negatif sama sekali. Dimana mereka merasa bangga bisa disajikan dengan tontonan dakwah dialogis yang damai, toleran dan menghargai perbedaan. Respon kognisi tertuju pada pemahaman akan toleransi beragama, bahwa keragaman agama yang ada di Indonesia tidak lantas membuat bangsa Indonesia terpecah belah. Keragaman menjadikan Indonesia semakin indah dan damai. Respon konasi lebih tertuju pada gerakan Warganet kepada pemilik *channel* untuk melanjutkan tayangan program “Login”, ketertarikan dan minat mereka terhadap dakwah dialogis yang disajikan membuat Warganet menantikan tayangan episode selanjutnya. Efek respon Warganet menjadi salah satu wujud realitas yang menunjukkan bahwa dakwah dialogis mampu meningkatkan ketertarikan Warganet dalam mempelajari agama.

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan tingginya respon afektif dan kognitif warganet terhadap dakwah dialogis pada tayangan “Login”, maka pelaku dakwah bisa mengadaptasikan dan mengembangkan pendekatan dakwah dialogis yang damai, toleran, dan menghargai perbedaan. Model dakwah demikian dalam tayangan “Login” terbukti efektif dalam membangun pemahaman agama secara mendalam, emosi positif dan partisipasi aktif dalam memahami ajaran Islam.

Temuan studi ini juga secara tidak langsung menunjukkan bahwa media sosial bisa menjadi platform strategis untuk menjangkau masyarakat luas, terutama generasi muda, serta efektif dijadikan sebagai media dakwah dialogis. Untuk itu pelaku dakwah bisa membuat berbagai konten dakwah yang interaktif dan relevan dengan isu kontemporer yang bernuansa nilai toleransi, kebersamaan dan keberagaman. Pelaku dakwah juga bisa melakukan kolaborasi dengan mitra dakwah dengan melibatkan mitra dakwah dari berbagai kalangan latar belakang, seperti tokoh agama, influencer, bahkan akademisi. Konsep ini terbukti bisa berhasil berdampak pada respon yang positif dengan nuansa pesan dakwah yang inklusif dan kredibel, sehingga bisa memperluas jangkauan audiens/mitra dakwah. Dengan demikian, pelaku dakwah atau organisasi dakwah dapat memanfaatkan momentum positif dari respon warganet untuk memperkuat dakwah yang efektif, relevan, inklusif, dan berdaya guna.

Bibliografi

- "Akhiri Program Login Habib Jafar Dan Onad, Begini Kesan Warganet Yang Menyaksikannya," November 8, 2023. <https://denpasar.suara.com/read/2023/04/23/075007/akhiri-program-login-habib-jafar-dan-onad-begini-kesan-warganet-yang-menyaksikannya>.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian | Suatu Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Aripudin, Acep. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo, 2011.
- BHANTE BUDDHA BUAT HABIB RESAH! #LogIndiCloseTheDoor - EPS. 15. Accessed November 30, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=wM2eAKusNaU>.
- Cangara, Hafied. *Komunikasi Politik*, n.d.
- "Deddy Corbuzier - YouTube." Accessed November 30, 2024. <https://www.youtube.com/@corbuzier>.
- "Deddy Corbuzier - YouTube." Accessed December 11, 2023. <https://www.youtube.com/>.
- Effendy, Erwan, M. Fauzan Al Anshori, Muhammad Surya, and Arobiyah Siregar. "Media Sosial Youtube Sebagai Sarana Dakwah Pemuda Milenial (Analisis Konten Dakwah Youtube 'Pemuda Tersesat' Habib Ja'far Coki Pardede Dan Tretan Muslim)." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 3 (October 9, 2023): 21858–69. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.9983>.
- Faradini, Ifwana Fairuzil. "ANALISIS RESPON WARGANET PADA AKUN YOUTUBE THE NEWSROOM NET (Episode Seputar Rumah Kecil yang Berhimpitan dengan Apartemen Mewah di Tengah Ibu Kota)." *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 13, no. 1 (July 23, 2022): 94–108. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.8530>.
- Fatmawati, Dlosi, Dita Verolyna, and Nur Cholis. "Analisis Respon Netizen Terhadap Konten Akun Youtube Zavildatv." Undergraduate, Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023. <http://e-theses.iaincurup.ac.id/3911/>.
- Fuadah, Sivaul. "Respon Kognitif, Afektif Dan Konatif Jamaah Gereja Stasi St Benediktus Terhadap Tayangan Aksi Terorisme Surabaya Di Youtube." bachelorThesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51843>.
- HABIB JAFAR: BUBARIN AJA NIH PODHUB!! GAK MANFAAT!! 🤔VIDI - ONAD - PODHUB, 2024. <https://www.youtube.com/watch?v=VjWTVgA0rZE>.
- "Hasil Pencarian - KBBI VI Daring." Accessed June 5, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dakwah>.
- "Hasil Pencarian - KBBI VI Daring." Accessed June 5, 2024. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/dialogis>.
- Hidayat, Muhammad Ikhsan. "Habib Jafar dan Onad Kembali Menemani Ramadhan 2024 Lewat Acara Login, Jadi Rekomendasi Tontonan Sahur - Kilat." Habib Jafar dan Onad Kembali Menemani Ramadhan 2024 Lewat Acara Login, Jadi Rekomendasi Tontonan Sahur - Kilat. Accessed November 30, 2024. <https://www.kilat.com/hiburan/84412126888/habib-jafar-dan-onad-kembali-menemani-ramadhan-2024-lewat-acara-login-jadi-rekomendasi-tontonan-sahur>.
- Jasad, Usman. *Dakwah Persuasif Dan Dialogis*. Ponorogo: Wade Group, 2019.
- Nafiati, Dewi Amaliah. "Revisi Taksonomi Bloom: Kognitif, Afektif, Dan Psikomotorik." *Humanika: Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 2 (December 31, 2021): 151–72. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i2.29252>.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.

- Natsir, Muhammad, Najmuddin M. Rasul, and Andi Ummul Khair. "Analisis Pengaruh Unsur-Unsur Komunikasi terhadap Brand Awareness pada Media Pemasaran YouTube." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 6, no. 2 (July 20, 2022): 1315–35. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2126>.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Ningsih, Widia, Rokibullah Rokibullah, and Anel Nailul Muna. "Analysis Of Habib Jafar's Da'wah Message In Login Program At Youtube Chanel Deddy Corbuzier." *Journal Transnational Universal Studies* 1, no. 3 (May 19, 2023): 133–40. <https://doi.org/10.58631/jtus.v1i3.29>.
- Nuridin, Ali and dkk. *Revolusi Dakwah*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata, 2024.
- Prabowo, Sharla Febrianty. "Sukses Ditonton Banyak Orang, Ini 5 Fakta Unik Acara 'LOGIN' Milik Onad dan Habib Ja'far - Pitutur - Halaman 2." Sukses Ditonton Banyak Orang, Ini 5 Fakta Unik Acara "LOGIN" Milik Onad dan Habib Ja'far - Pitutur - Halaman 2. Accessed November 30, 2024. <https://www.pitutur.id/showbiz/1404895455/sukses-ditonton-banyak-orang-ini-5-fakta-unik-acara-login-milik-onad-dan-habib-jafar?page=2>.
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Pt Remaja Posdakarya, 2005.
- suara.com. "10 Channel YouTube dengan Subscriber Terbanyak di Indonesia Juli 2024." Accessed November 30, 2024. <https://www.suara.com/tekno/2024/07/26/083149/10-channel-youtube-dengan-subscriber-terbanyak-di-indonesia-juli-2024>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Yulianto, Hendra Bagus. "Strategi Komunikasi Debat dalam Dakwah: Studi Pola Respons terhadap Abusive Ad Hominem Attacks." *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 6, no. 1 (July 16, 2024): 87–107. <https://doi.org/10.55372/inteleksiapjd.v6i1.307>.

