Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 24878-24885

ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PROGRAM MAJELIS SUBUH GENZI DI KANAL YOUTUBE MASJID AL-AKBAR TV

Muhammad Alfian Baqar Arrohim[1], Ariyan Alfraita[2], Fitria Widiyani Roosinda[3]

[1,2,3]Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Corresponding Muhammad Alfian Baqar Arrohim e-mail: moh.alfian.b.a@gmail.com, ariyanalfraita@ubhara.ac.id, fitria@ubhara.ac.id

Published: Mei , 2026

ABSTRAK

Perkembangan media digital seperti YouTube telah mengubah komunikasi keagamaan, menjadikannya platform strategis untuk dakwah bagi Generasi Z, meskipun kajian sistematis tentang pesan dakwah institusional masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis isi pesan dakwah dalam program Majelis Subuh GenZi di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV. Jenis penelitian kualitatif dengan desain studi kasus; populasi seluruh konten 2024, sampel empat episode berpenonton tinggi. Instrumen meliputi lembar observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi; analisis data melalui reduksi, penyajian tematik, serta penarikan kesimpulan (Miles et al., 2022). Hasil menunjukkan integrasi konsisten pesan akidah (tauhid praktis), syariat (ibadah harian), dan akhlak (kejujuran, kesabaran) dalam tema santri, patriotisme, dan potensi diri, disampaikan reflektif dan ramah Gen Z. Kesimpulan menyatakan program ini efektif mendorong dakwah digital persuasif yang memadukan kedalaman ajaran dengan panduan praktis, berkontribusi pada strategi dakwah pemuda.

Keyword : Analisis Isi, Dakwah Digital, Generasi Z, Komunikasi Islam, YouTube

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan akses informasi secara global, sehingga berbagai platform media sosial menjadi poros utama penyebaran gagasan, hiburan, dan pembelajaran (Good, 2025; We Are Social, 2025). Di era digital yang serba terhubung, media komunikasi berbasis audio visual seperti YouTube tidak lagi sekadar sebagai sarana hiburan, melainkan juga sebagai ruang publik yang strategis untuk pendidikan, pemberdayaan, dan mobilisasi sosial (Rahman & Yusuf, 2023; Yusuf in Latief, 2022). Transformasi ini memaksa berbagai lembaga, baik akademik maupun sosial-keagamaan, untuk menyesuaikan strategi komunikasi mereka agar tetap relevan dengan perilaku media khalayak, terutama generasi muda (Khoir, 2024; Ramadhani & Halwati, 2024).

Dalam konteks Indonesia, YouTube menjadi salah satu platform paling dominan di antara media sosial, dengan pengguna mencapai sekitar 139 juta pada 2024 dan meningkat menjadi 143 juta pada awal 2025, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna YouTube terbesar di dunia (We Are Social, 2025; BPS, 2023). Rentang usia 18–29 tahun, yang mayoritas merupakan mahasiswa dan generasi Z, menjadi kelompok pengguna terbesar dengan presentase

sekitar 82% (BPS, 2023; Wijaya, 2023). Fenomena ini menegaskan bahwa YouTube tidak hanya menjadi ruang rekreasi, tetapi juga menjadi arena utama pertukaran gagasan keagamaan, akademik, dan budaya yang sangat dinamis bagi audiens muda (M. Ardiansyah & Nugraha, 2022; Marti, 2023).

Dalam kerangka dakwah kontemporer, platform digital seperti YouTube dituntut untuk tidak hanya menyampaikan informasi agama, tetapi juga membangun pemahaman substantif, kesadaran spiritual, dan nilai-nilai akhlaki yang berkelanjutan (Yahdi, 2022; Latief, 2022). Dakwah yang didefinisikan sebagai upaya mengajak manusia ke jalan Allah melalui akidah, syariat, dan akhlak Islami (La Adi, 2022) kini dapat diakses secara massal, instan, dan interaktif. Namun demikian, percepatan distribusi pesan keagamaan melalui media audio visual juga menimbulkan tantangan: konteks pesan kerap tereduksi, gaya penyampaian lebih berorientasi pada "viralitas" daripada kedalaman, sehingga potensi kesalahpahaman dan simplifikasi ajaran Islam menjadi sangat nyata (Irma, 2022; Putri, 2024).

Dalam konteks spesifik Indonesia, beberapa pendakwah muda telah memanfaatkan YouTube sebagai media dakwah dengan strategi kolaboratif dan konten yang menyesuaikan bahasa Gen Z (Astutik, 2024; Measura, 2024). Misalnya, penelitian Astutik (2024) menunjukkan bahwa strategi kolaborasi influencer secara efektif meningkatkan kesadaran keagamaan audiens muda melalui platform digital, sementara kajian Measura (2024) pada kanal "Adi Hidayat Official" mengungkap bahwa pendekatan sistematis dan konten bertema hadis berhasil mencapai jangkauan jutaan penonton, sekaligus menunjukkan pentingnya konsistensi konten dakwah dalam format digital (Astutik, 2024; Measura, 2024). Penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa media sosial, khususnya YouTube, dapat menjadi ruang dakwah yang inklusif dan interaktif, namun sebagian besar masih berfokus pada sosok individu atau akun pribadi, belum mengeksplorasi konten program keagamaan yang dirancang secara institusional oleh lembaga spiritual seperti masjid atau komunitas dakwah (Rahman & Yusuf, 2023; Ulum & Hadawiah, 2022).

Di sisi lain, belum banyak kajian yang menganalisis secara sistematis isi pesan dakwah dalam format program multi-episode yang dirancang khusus untuk audiens Gen Z melalui kanal YouTube sebuah masjid, seperti Program Majelis Subuh Genzi di kanal Masjid Al-Akbar TV. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung mengkaji konten dakwah dari sisi strategi, popularitas akun, atau respons audiens, namun kurang memperdalam struktur isi pesan (akidah, syariat, akhlak) serta bagaimana pesan tersebut dikemas dalam kerangka komunikasi dakwah yang kontekstual bagi generasi muda (Irma, 2022; Putri, 2024). Selain itu, sebagian besar studi masih berfokus pada konten individu, bukan pada konten lembaga keagamaan yang mengintegrasikan tiga dimensi dakwah sekaligus: ilmiah, edukatif, dan praktis-sosial. Hal ini menimbulkan research gap antara ketersediaan platform digital yang sangat luas dan keterbatasan pemetaan sistematik isi pesan dakwah yang ditujukan secara sengaja kepada Gen Z melalui kanalresmi sebuah masjid besar di Indonesia.

Dalam kerangka inilah, penelitian ini hadir sebagai upaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji Program Majelis Subuh Genzi di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV tahun 2024. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan dakwah yang terkandung dalam empat episode Majelis Subuh Genzi, dengan fokus pada tiga dimensi utama: akidah, syariat, dan akhlak. Secara teoritis, penelitian ini berkontribusi pada perkembangan khasanah komunikasi dakwah digital yang lebih sensitif terhadap karakter audiens Gen Z, sekaligus memperkaya studi tentang media dakwah berbasis video sharing. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga dakwah, komunitas masjid, dan komunitas Gen Z dalam merancang program dakwah yang lebih relevan, menarik, dan tidak provokatif melalui YouTube, sehingga syiar Islam di era digital dapat berjalan secara efektif, berkelanjutan, dan berorientasi pada pembentukan insan yang berakhlak, berilmu, dan berpikir kritis (Latief, 2022; La Adi, 2022; Ulum & Hadawiah, 2022).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus mendalam terhadap satu kanal dakwah digital, yaitu Program Majelis Subuh Genzi di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV tahun 2024. Penelitian kualitatif dipilih karena bertujuan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, dan perilaku yang dapat diamati, sehingga memungkinkan pemahaman mendalam terhadap makna dan konteks isi pesan dakwah yang dikomunikasikan kepada audiens Gen

Z (Ulum & Hadawiah, 2022; Sugiyono, 2021). Desain studi kasus ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara holistik bagaimana pesan akidah, syariat, dan akhlak dikemas dalam konten video, serta bagaimana konteks institusional masjid dan komunitas Genzi membentuk struktur pesan tersebut (Emzir, 2021; Rahman & Yusuf, 2023).

Populasi penelitian adalah seluruh konten Program Majelis Subuh Genzi yang diunggah di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV selama tahun 2024, sedangkan sampel yang menjadi fokus analisis adalah empat episode video yang dipilih secara purposif karena telah mencapai lebih dari 3.909 views, sehingga menunjukkan adanya respon dan ketertarikan audiens yang signifikan terhadap konten tersebut (BPS, 2023; Wijaya, 2023). Sampel video ini dipandang representatif untuk menggambarkan pola isi pesan dakwah yang diakses secara luas oleh Gen Z, sekaligus memungkinkan peneliti memfokuskan analisis pada konten yang memiliki dampak sosiokomunikatif yang lebih tampak. Selain sampel video, informan kunci dalam penelitian ini adalah komite pengurus Genzi yang merancang dan menjalankan program Majelis Subuh Genzi di Masjid Al-Akbar Surabaya, yang dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan peran strategis mereka dalam perancangan program, pengelolaan tayangan, serta pemetaan audiens (Putri, 2024; Astutik, 2024).

Sebagai instrumen penelitian utama, peneliti menggunakan lembar observasi isi pesan dakwah, pedoman wawancara, dan dokumentasi video (Miles & Huberman, 2022; Sugiyono, 2021). Lembar observasi memuat indikator kandungan pesan berdasarkan tiga dimensi dakwah: akidah, syariat, dan akhlak, yang dirumuskan berdasarkan kajian teoretis komunikasi dakwah dan media digital (Yahdi, 2022; Latief, 2022). Pedoman wawancara dikembangkan untuk menggali peran komite Genzi dalam merancang tujuan program, menentukan sasaran audiens, menyusun skenario ceramah, serta mengelola tantangan teknis-produktif dan konten-kreatif selama penyelenggaraan program (Measura, 2024; Putri, 2024). Untuk memastikan kejelasan dan kesesuaian instrumen dengan tujuan penelitian, instrumen tersebut diperiksa (dilakukan pra-uji) dengan mengacu pada prinsip validitas isi dan keterpercayaan instrumen penelitian kualitatif yang dijabarkan oleh Sugiyono (2021) dan Emzir (2021).

Prosedur penelitian dilaksanakan secara sistematis dalam tiga tahap utama: persiapan, pelaksanaan pengumpulan data, dan analisis data. Pada tahap persiapan, peneliti mengidentifikasi populasi konten Majelis Subuh Genzi, menyusun kriteria pemilihan sampel video, serta mengembangkan lembar observasi dan pedoman wawancara yang selanjutnya divalidasi secara internal melalui diskusi dengan pembimbing dan komite penelitian (Sugiyono, 2021; Rahman & Yusuf, 2023). Tahap pelaksanaan mencakup observasi mendalam terhadap empat video terpilih, dengan mencatat setiap unit isi dakwah terkait akidah, syariat, dan akhlak, serta melakukan wawancara semi-terstruktur dengan minimal tiga informan komite Genzi yang terlibat dalam perancangan dan pelaksanaan program (Yuliati & Susianna, 2023; Putri, 2024). Seluruh data hasil observasi dan wawancara kemudian dilengkapi dengan dokumentasi video dan dokument-dokumen tertulis terkait program, seperti skrip ceramah, tagline, dan deskripsi konten di kanal YouTube (Ulum & Hadawiah, 2022; Marti, 2023).

Analisis data dilakukan dengan mengikuti model analisis kualitatif yang dikembangkan oleh Miles, Huberman, dan Saldaña (2022), yang terdiri atas tiga alur utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti mengidentifikasi unit isi pesan dakwah yang relevan dengan fokus akidah, syariat, dan akhlak, kemudian mengelompokkannya ke dalam kategori tematik yang lebih luas (Ulum & Hadawiah, 2022; Arista, 2023). Penyajian data dilakukan dengan menyusun uraian tematik yang menghubungkan cuplikan konten video, pernyataan informan, dan kerangka teoretis dakwah digital, sehingga memungkinkan peneliti memvisualisasikan pola dan relasi isi pesan dakwah (Miles et al., 2022; Sugiyono, 2021). Dalam proses penarikan kesimpulan, peneliti melakukan triangulasi sumber antara data observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta memverifikasi kembali temuan awal dengan meminta informan komite Genzi untuk memberikan konfirmasi terhadap interpretasi yang diperoleh (Emzir, 2021; Astutik, 2024).

Secara etis, penelitian ini memperhatikan prinsip-prinsip perlindungan partisipan dan integritas data. Penelitian mendapatkan izin awal untuk mengakses dan menganalisis konten publik di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV, sementara untuk wawancara dengan informan komite Genzi, peneliti memperoleh informed consent tertulis atau lisan, termasuk penjelasan mengenai tujuan penelitian, hak partisipan untuk menghentikan wawancara, serta jaminan kerahasiaan identitas dan

data yang digunakan hanya untuk kepentingan penelitian (Sugiyono, 2021; Putri, 2024). Seluruh rekaman wawancara dan dokumen sensitif disimpan dengan aman dan hanya diakses oleh peneliti, serta tidak menampilkan nama pribadi atau informasi identitas lain dalam laporan final kecuali atas persetujuan tertulis. Pendekatan etis ini sejalan dengan standar etika penelitian kualitatif dalam konteks komunikasi dakwah dan media digital yang menekankan kehati-hatian terhadap konteks sosial-keagamaan kaum muslim muda (Latief, 2022; La Adi, 2022).

HASIL

Analisis Isi Pesan Dakwah

Bab ini menyajikan hasil penelitian berupa analisis isi pesan dakwah dalam program *Majelis Subuh Genzi* yang ditayangkan di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV tahun 2024. Penelitian menggunakan pendekatan analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi, mengkategorikan, dan menginterpretasi pesan dakwah dalam video-video kajian, lalu mengelompokkannya ke dalam tiga kategori utama: pesan akidah, syariat, dan akhlak sesuai kerangka teori komunikasi dakwah. Pembahasan juga mengaitkan temuan dengan teori dakwah digital dan konteks pemanfaatan media sosial untuk merangkul Generasi Z, serta menunjukkan bagaimana konten dakwah dikemas secara komunikatif dan responsif terhadap tantangan dakwah di era digital.

Hasil wawancara dengan Ustadz H. M. Choliq Idris, S.Ag. menunjukkan bahwa program *Majelis Subuh Genzi* muncul dari kepedulian untuk mendekatkan generasi muda dengan masjid, mengingat Indonesia sedang berada dalam fase bonus demografi dengan dominasi populasi usia produktif, khususnya Generasi Z. Pengurus masjid memandang ini sebagai peluang untuk membina pemuda agar memiliki keterikatan emosional dan spiritual dengan masjid sejak dini, agar mereka lebih mudah menerima pembinaan melalui program-program yang menarik dan relevan dengan minat mereka. Program ini dirancang dengan perpaduan gaya kekinian dan muatan dakwah (akidah, syariat, dan akhlak) supaya pesan lebih mudah diterima oleh Gen Z.

Pemilihan YouTube sebagai media penyebaran *Majelis Subuh Genzi* didasarkan pada pertimbangan strategis: YouTube dinilai paling familiar dan mudah diakses, terutama oleh kalangan muda; sejak dahulu dikenal publik sebelum maraknya platform media sosial lain seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Snack Video; serta memiliki jangkauan luas dan kemudahan akses kapan saja. Dengan demikian, diharapkan pesan dakwah dari program ini dapat menjangkau sebanyak mungkin audiens Gen Z sebagai target utama dakwah digital.

1. Pesan Akidah

Majelis Subuh GenZi di Masjid Al-Akbar Surabaya menyajikan kajian inspiratif untuk generasi muda Islam, dengan fokus pada integrasi aqidah tauhid ke dalam kehidupan sehari-hari. Tiga episode yang dibahas menekankan peran santri, patriotisme, dan pengembangan potensi sebagai wujud keimanan praktis.

a. Bangga Menjadi Santri (6 Oktober 2024)

Kajian ini menggambarkan santri sebagai penjaga kemurnian tauhid, yang menjadikan La ilaha illallah sebagai dasar akhlak dan perilaku, bukan sekadar identitas pesantren. Kebanggaan sejati muncul dari aqidah Ahlussunnah wal Jama'ah yang bebas dari penyimpangan seperti liberalisme atau ekstremisme, membuat santri menjadi benteng umat melawan syubhat zaman modern. Mereka bertugas menyebarkan tauhid sebagai misi kenabian, membimbing masyarakat dengan ilmu dan hikmah, serta membangun kepemimpinan yang istiqamah karena tertambat pada Allah.

b. GenZi Patriot Masa Kini (10 November 2024)

Pada Hari Pahlawan, tema ini mengintegrasikan patriotisme dengan tauhid, di mana mencintai tanah air adalah ibadah sebagai khalifah Allah yang menjaga kedamaian NKRI. Aqidah melindungi dari nasionalisme buta yang mengutamakan negara atas syariat, mendorong Gen Z berjuang jujur demi ridha Allah tanpa fanatisme sempit. Generasi ini dipanggil menjadi patriot tauhidi: menegakkan keadilan, menghormati keberagaman, dan membangun bangsa dengan landasan iman yang kokoh.

c. Percaya Diri Kembangkan Potensi (1 Desember 2024)

Kepercayaan diri Gen Z bersumber dari tauhid, mengakui potensi sebagai amanah Allah yang dikembangkan tanpa sombong atau putus asa. Aqidah memperkuat mental melawan rendah diri, menjadikan usaha sebagai ibadah dengan tawakal dan doa sebagai penutup. Pengembangan diri menjadi kontribusi sosial sesuai syariat, di mana iman menepis keraguan dan mendorong inovasi untuk kebaikan umat.

2. Pesan Syariat

Majelis Subuh GenZi di Masjid Al-Akbar Surabaya terus menyampaikan pesan syariat Islam sebagai pedoman praktis bagi generasi muda, menekankan ketaatan sebagai fondasi identitas santri, patriotisme, dan pengembangan potensi. Tiga episode ini menggarisbawahi peran syariat dalam membentuk disiplin, akhlak, dan ketahanan spiritual di tengah tantangan modern.

a. Syariat Pedoman Santri (6 Oktober 2024)

Syariat menjadi panduan utama santri dalam ibadah seperti shalat dan puasa, serta etika sehari-hari seperti berpakaian dan pergaulan Islami, membawa kedamaian melalui ketaatan ikhlas kepada Allah. Konsistensi mengamalkannya membedakan santri sejati dari sekadar label, menjadikannya tameng terhadap godaan duniawi sambil membentuk akhlak mulia meneladani Rasulullah SAW. Syariat melindungi dari pengaruh negatif seperti gaya hidup konsumtif, mengekspresikan cinta dan syukur sebagai wujud kebanggaan menjadi santri taat.

b. Syariat Fondasi Patriotisme (10 November 2024)

Syariat membentuk patriot Gen Z melalui pengamalan ibadah dan akhlak seperti kejujuran serta keadilan, menjadikan cinta tanah air sebagai ibadah bertanggung jawab atas NKRI. Konsistensi dalam shalat tepat waktu dan menjauhi maksiat mempererat persatuan bangsa, sementara akhlak mulia seperti sabar dan empati memperkuat harmoni sosial. Sebagai benteng dari ideologi perpecah dan individualisme, syariat menyemangati perjuangan ikhlas demi kemajuan bangsa dengan spiritualitas yang kokoh.

c. Syariat Bangun Kepercayaan Diri (1 Desember 2024)

Kepercayaan diri Gen Z berakar pada ketaatan syariat seperti shalat dan Al-Qur'an, menanamkan ketenangan hati karena potensi adalah amanah Allah yang dimanfaatkan positif tanpa sombong. Disiplin syariat membentuk karakter seimbang—percaya diri tapi rendah hati—serta konsistensi menghadapi rintangan untuk keberhasilan optimal. Syariat menjaga dari perilaku negatif seperti iri atau egois, mengarahkan pengembangan potensi sebagai ibadah bermanfaat bagi umat.

3. **Pesan Akhlak**

Majelis Subuh GenZi di Masjid Al-Akbar Surabaya menjadikan akhlak Islami sebagai inti pembentukan karakter generasi muda, menghubungkan nilai moral luhur dengan identitas santri, patriotisme, dan pengembangan potensi. Tiga episode ini menggarisbawahi akhlak seperti kejujuran, kesabaran, dan kerendahan hati sebagai cermin keimanan praktis yang membangun umat dan bangsa.

a. Akhlak Cermin Santri (6 Oktober 2024)

Akhlak mulia mencerminkan keimanan santri melalui sifat kejujuran, sabar, dan istiqamah meneladani Rasulullah SAW, menjaga kehormatan diri serta citra agama dari perilaku tercela. Disiplin dalam ibadah dan tanggung jawab atas tugas pesantren membentuk jiwa kuat untuk kontribusi masyarakat, sementara kerendahan hati serta saling menghormati mempererat ukhuwah dan harmoni sosial. Santri diajak menjauhi kebohongan atau maksiat, menumbuhkan kebaikan seperti tolong-menolong, sehingga akhlak menjadi kekuatan membangun umat dan bangsa.

b. Akhlak Landasan Patriot (10 November 2024)

Akhlak Islami membentuk patriot Gen Z dengan menjauhi fanatisme buta melalui sabar, jujur, dan ikhlas, menjadikan cinta tanah air sebagai perekat kerukunan antaragama. Kejujuran serta tanggung jawab sosial mendorong peran aktif membangun keadilan, sementara sikap santun dan rendah hati menjaga harmoni di tengah keberagaman. Integritas melindungi dari korupsi atau fitnah, memastikan perjuangan patriotik berkah dan berdampak positif bagi bangsa yang adil makmur.

c. Akhlak Seimbangkan Potensi (1 Desember 2024)

Kejujuran dan integritas membangun percaya diri Gen Z tanpa berpura-pura, mengenali kekuatan diri secara bertanggung jawab atas amanah Allah. Kesabaran serta ketekunan menempa karakter menghadapi kegagalan, diimbangi rendah hati dan empati untuk kolaborasi harmonis tanpa arogansi. Niat ikhlas menjadikan pengembangan potensi sebagai ibadah, menghasilkan kontribusi teladan bagi masyarakat dengan keberkahan dari akhlak mulia.

PEMBAHASAN

Program Majelis Subuh GenZi dirancang untuk mendekatkan generasi muda dengan nilai-nilai keislaman yang aplikatif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Gagasan ini sejalan dengan keinginan Masjid Al-Akbar Surabaya menjadikan masjid sebagai ruang spiritual sekaligus ruang ekspresi bagi Gen Z, yang direalisasikan melalui tiga episode utama antara Oktober–Desember 2024.

Pesan akidah disampaikan secara inspiratif dan naratif, misalnya dalam episode "GenZ, Patriot Masa Kini" yang menegaskan bahwa mencintai tanah air termasuk bagian iman dan bahwa membela kebenaran serta berkontribusi bagi masyarakat adalah wujud keimanan yang hidup. Dalam episode "Bangga Menjadi Santri" ditekankan pentingnya menjalankan syariat (sholat lima waktu, menuntut ilmu, menjaga kebersihan diri dan hati) dengan pendekatan lembut dan tidak menghakimi, disertai rujukan Al-Qur'an dan Hadis dalam bahasa yang ringan dan relevan.

Aspek akhlak menjadi fokus khusus dalam episode "GenZ, Percaya Diri Kembangkan Potensi", di mana Gen Z diajak membangun kepercayaan diri berlandaskan iman, ilmu, dan akhlak—jujur, rendah hati, tidak minder, menghormati orang lain tanpa kehilangan prinsip. Pendekatan ini menghindari pencitraan media sosial yang semu dan menekankan pengembangan diri secara mental, spiritual, dan sosial.

Secara keseluruhan, Majelis Subuh GenZi berhasil mengintegrasikan pesan akidah, syariat, dan akhlak dalam dakwah yang ramah Gen Z: reflektif, inspiratif, dan tidak menggurui. Dengan menggabungkan pemahaman rasional (central route) dan teladan praktis (peripheral route), program ini mendorong perubahan sikap dan perilaku Gen Z menuju pribadi yang berintegritas, berkontribusi bagi umat dan bangsa, serta mampu mengembangkan potensi dengan kepercayaan diri yang sehat dan berkeberkahan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa Program Majelis Subuh GenZi di kanal YouTube Masjid Al-Akbar TV efektif mengintegrasikan pesan akidah, syariat, dan akhlak secara inspiratif bagi Gen Z melalui tiga episode utama (Oktober-Desember 2024): "Bangga Menjadi Santri" menekankan tauhid dan disiplin syariat, "GenZi Patriot Masa Kini" memadukan patriotisme dengan iman dan integritas, serta "GenZi, Percaya Diri Kembangkan Potensi" membangun kepercayaan diri berlandaskan akhlak mulia seperti kejujuran, kesabaran, dan kerendahan hati. Pendekatan reflektif ini, yang menggabungkan central route (pemahaman mendalam) dan peripheral route (teladan praktis) dari Elaboration Likelihood Model, berhasil merangkul audiens muda tanpa menggurui, sehingga mendorong perubahan sikap dan perilaku Islami yang kontekstual.

Meski demikian, penelitian terbatas pada analisis isi empat episode dengan views tinggi, tanpa mengukur dampak jangka panjang seperti perubahan perilaku audiens atau perbandingan dengan program serupa di masjid lain. Saran untuk penelitian lanjutan mencakup survei audiens Gen Z, analisis metrik engagement YouTube, dan studi longitudinal untuk evaluasi efektivitas. Secara praktis, hasil ini merekomendasikan masjid dan lembaga dakwah mengadopsi strategi serupa: konten naratif digital yang relevan, kolaborasi dengan pemuda, dan integrasi teori komunikasi persuasif untuk dakwah berkelanjutan bagi generasi digital.

REFERENCES

Ahmad Riko Rikardo, Kusnadi, & Muslimin. (2024). Analisis pesan dakwah Gus Baha pada channel YouTube Najwa Shihab. *Jurnal Pendidikan Islam, 1*(4), 12–20. https://doi.org/10.47134/pjpi.v1i4.801

Annisa, D., Wijaya, I., & Huda, M. (2023). Pesan dakwah self-healing dalam channel YouTube Ustadzah Halimah Alaydrus. *Journal of Social Computer and Religiosity (SCORE), 1*(2), 63–72.
Ardiansyah, M. A., & Nugraha, M. L. (2022). Analisis pemanfaatan media pembelajaran YouTube dalam meningkatkan pemahaman konsep matematika peserta didik. *Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi, 6*(1), 912–918. https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5828
Astutik, I. D., & Yaqin, H. (2024). Optimalisasi strategi kolaborasi influencer dalam dakwah digital: Studi kasus Ustadz Hanan Attaki dalam meningkatkan kesadaran keagamaan. *Jurnal Komunikasi Islam, 20*(2), 45–59.
Effendy, E., Sari, S. A., Ritonga, S., & Bako, S. M. (2023). Konsep tabayyun terhadap pemberitaan melalui media sosial YouTube sebagai media dakwah di masyarakat. *Innovative: Journal of Social Science Research, 3*(5), 1–10.
Emzir. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif: Analisis data*. Rajawali Pers.
Fajri, H., Safitri, D., & Sandy, F. (2022). Analisis isi pesan dakwah pada channel YouTube VDVC Religi (Segmen Kata Ustadz edisi Ramadhan 1442 H). *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains, 4*(1), 203–210.
Good, T. (2025). Global digital communication trends in social media usage. *International Journal of Media Studies, 18*(1), 22–38.
Hasanah, U., Azhar, A. A., & Abidi, S. (2023). Analisis isi video channel YouTube Satu Persen (Studi kasus media berdampak pada kesehatan mental). *Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam dan Humaniora, 7*(1), 74–89.
Irma, A. (2022). Penerapan komunikasi antar budaya dai dan daiyah dalam berdakwah di Aceh. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam, 5*(1), 21–34.
Khoir, M. (2024). Strategi komunikasi digital lembaga keagamaan pada generasi muda. *Jurnal Dakwah Kontemporer, 9*(2), 88–101.
La Adi. (2022). Konsep dakwah dalam Islam. *Jurnal Pendidikan Ar-Rasyid, 7*(1), 1–23.
Latief, A. (2022). Dakwah digital dan transformasi komunikasi Islam di era media baru. *Jurnal Komunikasi Dakwah, 14*(2), 55–70.
Liana, W., & Zahra, A. (2024). Analisis isi logical fallacy pada iklan "Azarine" di akun Instagram @azarinecosmeticofficial. *Jurnal Konvergensi, 5*(2), 106–124.
Maesura', L., & Khumaedi, M. (2024). Implementasi media sosial sebagai sarana revitalisasi dakwah dalam studi kajian hadis di ruang virtual: Analisis konten YouTube "Adi Hidayat Official." *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya, 6*(1), 98–110. https://doi.org/10.31958/istinarah.v6i1.13111
Marti, A., Nuzuli, A. K., & Firtanosa, A. (2023). Peran video dakwah di YouTube dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja di era digital. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 5*(2), 102–118. https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.3994
Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2022). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
Nurrohman, A. S., & Mujahidin, A. (2022). Strategi dakwah digital dalam meningkatkan viewers di channel YouTube Jeda Nulis. *JUSMA: Jurnal Studi Islam dan Masyarakat, 1*(1), 20–32. https://doi.org/10.21154/jusma.v1i1.513
Purnamasari, N. I., & Rachmawati, N. A. (2023). Strategi komunikasi dalam menampilkan citra anak muda pada program acara talkshow. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2*(1), 33–44. https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i1.1491
Rahman, A., & Yusuf, M. (2023). Digital preaching communication strategies in Islamic institutions. *Journal of Islamic Media Studies, 11*(3), 115–130.
Ramadhani, F. E., & Halwati, U. (2024). Dakwah irsyad: Paradigma dakwah bimbingan konseling Islam. *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah, 12*(1), 27–43. https://doi.org/10.18592/alhiwar.v12i1.11829
Saputera, M. R., Wijaya, I. S., Abdi, A. M., Ramjani, A., & Syahrial, S. (2023). Pesan-pesan dakwah pada channel YouTube Fuad Fansuri. *Mushawwir: Jurnal Manajemen Dakwah dan Filantropi Islam, 1*(2), 17–28.
Sepia Lisa, Afandi, Y., Syafriani, D., & Hendra, T. (2023). Analisis isi pesan dakwah Ustadz Das'ad

Latif dalam channel YouTube @Dasadlatif. *Tabsyir: Jurnal Dakwah dan Sosial Humaniora, 4*(2), 98–111. https://doi.org/10.59059/tabsyir.v4i2.116

Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tirabusky, V. D., Sazali, H., & Abidin, S. (2024). Efek pesan dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar di #Logindiclosethedoor dalam kanal YouTube Deddy Corbuzier. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE), 3*(2), 67–74. https://doi.org/10.37676/mude.v3i2.5820

Ulum, M., & Hadawiah, L. (2022). Pendekatan andragogi dalam pembelajaran maharah al-kitabah di LPBA Nurul Jadid. *Al-Fusha: Arabic Language Education Journal, 4*(2), 37–44. https://doi.org/10.62097/alfusha.v4i2.826

Vira, A., & Reynata, E. (2023). Penerapan YouTube sebagai media baru dalam komunikasi. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi, 19*(2), 96–101.

Wahyuni, R., & Harahap, R. (2023). Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: Study literature review. *An-Nadwah, 29*(2), 172–184.

We Are Social. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. https://wearesocial.com

Yahdi, M. (2022). Pendidikan Islam dalam kajian history. *Jurnal Pendidikan Kreatif, 3*(2), 56–74. https://doi.org/10.24252/jpk.v3i2.36265

Yuliati, C. L., & Susianna, N. (2023). Penerapan model pembelajaran discovery learning dalam meningkatkan keterampilan proses sains, berpikir kritis, dan percaya diri siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 13*(1), 48–58. https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p48-58

Zahroh, A. (2024). Sejarah dan perkembangan dakwah di Masjid Al Akbar Surabaya. *Jurnal Sejarah Islam Nusantara, 1*(1), 1–12.