

No. ID Peneliti : 24103000083111

LAPORAN HASIL PENELITIAN

KLASTER PENELITIAN DASAR PROGRAM STUDI

**Disrupsi dan Monetisasi Pesan Agama: Eksplorasi Komodifikasi
Konten Dakwah Ustadz Selebriti di Media Sosial**



Diajukan Oleh :

**Muhammad Haramain, M.Sos.I.
Darmianti Razak, M.Mktg
Yusriani**

**NIDN 2012038403
NIDN 2019089203
NIM 19.1100.035**

**(Ketua)
(Anggota Peneliti)
(Mahasiswa - Asisten Peneliti)**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PENDIDIKAN ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN HASIL PENELITIAN

- A. Judul Penelitian : *Disrupsi dan Monetisasi Pesan Agama: Eksplorasi Komodifikasi Konten Dakwah Ustadz Selebriti di Media Sosial*
- B. Tim Penelitian
- Ketua
- Nama : Muhammad Haramain, M.Sos.I.
- NIP : 198403122015031003
- Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
- Nomor HP : 085299116376
- Email : haramain@iainpare.ac.id
- Anggota
- Nama : Darmianti Razak, M.Mktg
- NIP/ NIDN : 199208192020122019
- Jabatan Fungsional : Asisten ahli
- Nomor HP : 081340076016
- Email : darmianti@iainpare.ac.id
- Mahasiswa Asisten Peneliti
- Nama : Yusriani
- NIM : 19.1100.035
- C. Biaya Penelitian : Rp. 20.000.000,-

Parepare, 20 November 2024

Kepala LP2M IAIN Parepare

Ketua Peneliti

Muhammad Haramain, M.Sos.I
NIP 198403122015031003

Muhammad Haramain, M.Sos.I
NIP 198403122015031003

Mengetahui,
Rektor IAIN Parepare

Prof. Dr. Hannani, M.Ag.
NIP. 197205181999031011

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan kekuatan sehingga laporan penelitian berjudul “Disrupsi dan Komodifikasi Pesan Dakwah: Studi Etnografi Virtual tentang Konten Dakwah Digital oleh Ustadz Selebriti di Media Sosial” dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia menuju jalan yang terang benderang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi dakwah di era digital, khususnya bagaimana ustadz selebriti memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan agama, implikasi monetisasi terhadap integritas dakwah, dan dampaknya terhadap persepsi audiens. Laporan ini disusun sebagai bagian dari tanggung jawab akademik untuk mendukung pengembangan keilmuan dan memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan dakwah di era modern.

Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, kami ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, yang senantiasa memberikan dukungan penuh terhadap kegiatan penelitian ini.
2. Segenap Pimpinan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M), yang telah memberikan arahan dan fasilitasi yang sangat membantu kelancaran proses penelitian ini.

3. Para narasumber, termasuk ustadz selebriti, audiens, dan akademisi, yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan wawasan berharga dalam penelitian ini.
4. Rekan-rekan peneliti dan tim pendukung, yang telah bekerja sama dengan penuh dedikasi selama proses penelitian berlangsung.

Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan moral maupun material selama penyusunan laporan ini.

Kami menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat kami harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan praktik dakwah digital di Indonesia, serta menjadi bahan referensi yang berguna bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan.

Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dan kemudahan dalam setiap langkah kita menuju kebaikan. Amin ya Rabbal 'Alamin.

Parepare, November 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Dakwah dalam Dinamika Keilmuan dan Tantangan Kontemporer.....	12
B. Landasan Teori	16
C. Kerangka Konseptual.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi dan Subjek Penelitian.....	25
C. Instrumen Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data	28
E. Teknik Analisis Data.....	28
F. Etika Penelitian	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Deskripsi Data	30
B. Hasil Penelitian	34
C. Pembahasan	48
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Rekomendasi.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis transformasi dakwah di era digital dengan fokus pada peran ustadz selebriti dalam memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan agama. Studi ini bertujuan untuk memahami dampak disrupsi teknologi informasi terhadap metode dakwah, implikasi monetisasi konten terhadap integritas dan substansi pesan, serta pengaruh komodifikasi konten dakwah terhadap persepsi audiens. Dengan pendekatan kualitatif berbasis etnografi virtual, data dikumpulkan melalui observasi, analisis konten, dan wawancara mendalam dengan ustadz selebriti, audiens, dan akademisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan pola interaksi yang lebih inklusif antara ustadz selebriti dan audiens, meningkatkan pemahaman dan penerimaan nilai-nilai agama. Format konten yang beragam, seperti video pendek, infografis, dan live streaming, terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Namun, monetisasi konten dakwah menghadirkan tantangan terhadap integritas pesan agama, terutama ketika elemen komersial mendominasi konten. Komodifikasi dakwah juga memengaruhi persepsi audiens, dengan beberapa audiens mempertanyakan ketulusan dakwah yang terlalu fokus pada popularitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa disrupsi teknologi informasi membawa peluang besar bagi dakwah digital, tetapi juga memerlukan pendekatan strategis untuk menjaga keseimbangan antara inovasi, monetisasi, dan esensi dakwah. Rekomendasi utama meliputi transparansi dalam monetisasi, kolaborasi dengan organisasi keagamaan, dan pemanfaatan teknologi secara strategis untuk memastikan bahwa dakwah digital tetap relevan, inklusif, dan berdampak positif.

Kata Kunci: *Dakwah digital, ustadz selebriti, monetisasi konten, komodifikasi, media sosial, disrupsi teknologi informasi.*