

Analisis Isi Saluran Youtube Dondy Tan sebagai Media Dakwah

by Denny Setiawan

Submission date: 20-Aug-2024 01:58PM (UTC+0700)

Submission ID: 2434899064

File name: JUPENDIS_-_Vol._2_No._4_Oktober_2024_Hal_356-365.pdf (326K)

Word count: 3182

Character count: 20288



Analisis Isi Saluran Youtube Dondy Tan sebagai Media Dakwah

14 Denny Setiawan¹, Farida Hariyati², Abdul Khohar³

¹⁻³Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Prof. DR. Buya Hamka, Jakarta, Indonesia

Alamat : Jl. Limau II, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Indonesia

Email korespondensi: dennysetiawan142@gmail.com

Abstract. *This study analyzes the dakwah content produced by Dondy Tan in the YouTube videos "Keotentikan Kitab Suci" and "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat." The background of this research lies in the significant role of social media, particularly YouTube, in disseminating dakwah information through innovative approaches. Dondy Tan, a convert to Islam who shares both knowledge and personal experiences, utilizes this platform to reach a wider audience. The research aims to evaluate the types of content, the methods of message delivery, and their impact on the audience. The analysis results indicate that the content is effective due to the use of intertextual approaches, argumentative communication styles, and strong visual and auditory elements. In conclusion, credibility and persuasive approaches grounded in a deep understanding of Islamic teachings are crucial in creating impactful dakwah content on social media. This research provides insights for dakwah practitioners in optimizing social media to spread religious messages.*

Keywords: *dakwah, social media, YouTube, educational content*

Abstrak. Penelitian ini menganalisis konten dakwah yang diproduksi oleh Dondy Tan dalam video YouTube "Keotentikan Kitab Suci" dan "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat." Latar belakang penelitian ini terletak pada peran penting media sosial, khususnya YouTube, dalam menyebarkan informasi dakwah dengan pendekatan inovatif. Dondy Tan, sebagai muallaf yang berbagi pengetahuan dan pengalaman pribadi, memanfaatkan platform ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian bertujuan untuk mengevaluasi jenis konten, cara penyampaian pesan, dan dampaknya terhadap audiens. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten tersebut efektif karena menggunakan pendekatan intertekstual, gaya komunikasi argumentatif, serta elemen visual dan auditori yang kuat. Kesimpulannya, kredibilitas dan pendekatan persuasif yang berbasis pada pemahaman mendalam tentang ajaran Islam sangat penting dalam menciptakan konten dakwah yang berdampak di media sosial. Penelitian ini memberikan wawasan bagi praktisi dakwah dalam mengoptimalkan media sosial untuk menyebarkan pesan keagamaan.

Kata kunci: dakwah, media sosial, YouTube, konten edukatif

1. LATAR BELAKANG

19 Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform utama dalam menyebarkan berbagai jenis informasi, termasuk dakwah (Rahmawati et al., 2024). Media sosial, khususnya YouTube, menawarkan akses luas dan berbagai cara penyampaian pesan, memungkinkan pendakwah untuk menjangkau audiens yang lebih besar dan beragam dengan pendekatan inovatif dan interaktif (Solihin, 2023). Fenomena ini sejalan dengan kajian teori media sosial yang menekankan peran penting platform digital dalam membentuk komunikasi publik dan penyebaran informasi (Kamarudin et al., 2019).

Dondy Tan, seorang pendakwah yang dikenal melalui saluran YouTube-nya, memiliki latar belakang yang unik sebagai muallaf. Perjalanannya dalam agama Islam dan konversinya yang mendalam menjadi pusat dari berbagai konten yang dihasilkan. Melalui saluran

YouTube-nya, Tan tidak hanya berbagi pengetahuan agama tetapi juga pengalaman pribadinya yang menginspirasi banyak orang. Hal ini mencerminkan kajian teori media sosial tentang bagaimana individu dan kelompok menggunakan platform untuk membangun identitas dan menyampaikan pesan yang personal serta berpengaruh.

Dalam kajian teori media sosial, ada fokus yang signifikan pada bagaimana platform digital mempengaruhi penyampaian pesan dan interaksi antara pengirim dan penerima. Studi terkini menunjukkan bahwa YouTube sebagai platform media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam menyebarkan pesan keagamaan, berkat format yang fleksibel dan kemampuan untuk menjangkau audiens yang beragam. Penelitian sebelumnya juga menyoroti pentingnya analisis konten untuk memahami bagaimana pesan diterima dan diproses oleh audiens dalam konteks budaya yang berbeda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten dari saluran YouTube Dondy Tan untuk memahami bagaimana media ini digunakan sebagai alat dakwah. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi jenis konten yang diproduksi, cara penyampaian pesan, dan dampaknya terhadap audiens. Dengan menganalisis video-video yang diunggah, penelitian ini akan memberikan wawasan tentang efektivitas saluran ini sebagai media dakwah, serta bagaimana teori media sosial dapat diterapkan untuk memahami pengaruh konten terhadap audiens.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam studi ini adalah analisis isi, yang melibatkan pengumpulan dan evaluasi konten dari saluran YouTube Dondy Tan. Data akan diambil dari video-video terbaru dan representatif yang dipilih berdasarkan kriteria relevansi dan popularitas. Analisis ini akan mengidentifikasi tema-tema utama, strategi penyampaian pesan, serta interaksi dan respons audiens terhadap konten tersebut, yang selaras dengan teori media sosial yang menekankan pada analisis interaksi dan pengaruh media.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami penggunaan media digital dalam dakwah. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang strategi dakwah melalui YouTube tetapi juga akan membantu dalam pengembangan praktik dakwah yang lebih efektif di masa depan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pendakwah lain yang ingin memanfaatkan media digital dalam menyampaikan pesan keagamaan, serta memperkaya kajian teori media sosial terkait dampak dan strategi konten.

2. METODE PENELITIAN

Untuk menganalisis konten saluran YouTube Dondy Tan sebagai media dakwah, penelitian ini akan mengikuti pendekatan analisis isi yang terstruktur. Proses penelitian dimulai dengan pemilihan sampel konten, di mana video akan dipilih berdasarkan kriteria tertentu, seperti topik dakwah yang dibahas, frekuensi unggahan, dan jumlah tayangan. Setelah pemilihan sampel, langkah selanjutnya adalah kategorisasi konten. Dalam tahap ini, video akan dikategorikan berdasarkan tema-tema utama yang diidentifikasi, seperti topik dakwah, pengalaman pribadi, ajaran agama, dan interaksi dengan audiens. Kategori ini akan memudahkan proses pengkodean dan analisis selanjutnya. Pengkodean data melibatkan identifikasi dan pencatatan elemen-elemen kunci dalam konten video, termasuk pesan utama, teknik komunikasi yang digunakan, dan elemen visualisasi yang mendukung penyampaian pesan.

Analisis isi akan dilakukan dengan memeriksa bagaimana pesan dakwah disampaikan secara naratif dalam video. Proses ini mencakup analisis struktur cerita, gaya komunikasi, dan dampak emosional terhadap audiens. Penelitian bertujuan mengevaluasi jenis konten, cara penyampaian pesan, dan dampaknya. Hasil analisis menunjukkan efektivitas konten yang disajikan melalui pendekatan intertekstual, gaya komunikasi argumentatif, serta elemen visual dan auditori yang kuat. Akhirnya, penelitian ini akan menarik kesimpulan mengenai efektivitas penggunaan YouTube sebagai media dakwah dan peran Dondy Tan dalam konteks tersebut. Dengan memahami dinamika ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana media digital digunakan dalam dakwah dan pengaruhnya terhadap audiens.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran YouTube Dondy Tan, yang memiliki lebih dari 1.100 video, menunjukkan keragaman konten dan strategi dakwah yang digunakan oleh pendakwah ini. Hasil analisis konten saluran ini mengungkapkan beberapa temuan penting yang mencerminkan pendekatan unik dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media digital (Tan, 2021).

Peneliti akan memaparkan hasil analisis terhadap dua video podcast yang dirilis oleh Dondy Tan di kanal YouTube-nya. Video pertama yang dianalisis adalah "Keotentikan Kitab Suci," yang tayang perdana pada tanggal 14 Agustus 2024 dan telah memperoleh 9,873 penayangan hingga saat ini. Video ini membahas isu-isu terkait autentisitas kitab suci dalam agama, yang menjadi topik yang sangat relevan di tengah perdebatan teologis dan keagamaan

di kalangan masyarakat. Melalui pendekatan yang argumentatif dan analitis, Dondy Tan berupaya menjelaskan keaslian kitab suci dengan merujuk pada sumber-sumber yang diakui otoritatif dalam konteks keagamaan.

Video kedua yang dianalisis berjudul "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat," yang telah ditonton sebanyak 884,201 kali sejak dirilis pada tanggal 18 Februari 2023. Video ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan video pertama, di mana Dondy Tan menampilkan sesi percakapan yang mendalam dengan seorang individu yang akhirnya memutuskan untuk memeluk agama Islam. Melalui narasi yang kuat dan dialog yang jujur, video ini menggambarkan perjalanan spiritual yang kompleks dan penuh makna, yang kemudian memuncak pada momen syahadat. Popularitas video ini menunjukkan tingginya minat publik terhadap konten-konten yang berkaitan dengan konversi agama dan pengalaman spiritual.

Dengan menganalisis kedua video ini, peneliti berusaha memahami bagaimana Dondy Tan memanfaatkan platform YouTube sebagai media dakwah yang efektif. Analisis ini mencakup identifikasi tema-tema utama, pendekatan komunikasi yang digunakan, serta dampak dari konten yang disajikan terhadap audiens. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang strategi dakwah digital yang diterapkan oleh Dondy Tan dan bagaimana hal tersebut berkontribusi dalam menyebarkan pesan agama di era digital.



Gambar 1 Tangkapan layar saluran Youtube Dondy Tan dengan judul “Keotentikan kitab suci”



Gambar 2 Tangkapan layar saluran Youtube Dondy Tan dengan judul “Keotentikan kitab suci”

Sebelum memasuki analisis mendetail mengenai isi pesan dalam video-video yang diulas, berikut ini disajikan sebuah tabel yang merangkum beberapa cuplikan penting dari kedua video yang dianalisis, yakni "Keotentikan Kitab Suci" dan "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat". Tabel ini mencakup waktu spesifik dalam video, kutipan relevan, serta pesan inti yang disampaikan oleh Dondy Tan. Tabel ini disusun untuk mempermudah pembaca dalam memahami fokus utama dari setiap segmen yang diidentifikasi dalam analisis ini.

Melalui tabel ini, peneliti berupaya menyoroti poin-poin penting yang dianggap signifikan dalam menyampaikan pesan dakwah yang diusung oleh Dondy Tan. Kutipan yang dipilih mewakili pesan-pesan kunci yang diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pendekatan naratif dan strategi komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan ajaran Islam serta pandangan teologis lainnya.

Tabel 1 Cuplikan Waktu, Isi Pesan, dan Penjelasan dari Video "Keotentikan Kitab Suci" dan "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat" oleh Dondy Tan

No	Waktu	Video "Keotentikan Kitab Suci"	Isi pesan
1	4:34-5:15sy mulai belajar Islam. Oh ternyata Islam itu begini keren. Yang kerennya lagi dalam Islam tidak mengenal ras atau suku, tidak mengenal yang namanya diskrimniasi.....	Mengatakan bahwa Agama Islam tidak rasis
2	5:30-6:20	...Ketika saya membaca hutbah nabi muhammad. Orang arab tak lebih baaik dari orang orang. tapi yang paling baik adalah yang paling bertaqwa. Jadi tidak milih milih..yang penting taqwa...	Menjelaskan bahwa umat paling baik di dunia adalah yang bertqwa.
3	31:13- 31:60	".....Agama Yahudi tidak mengenal Tuhan sama dengan manusia. Dalam kitab Yahudi dikatakan "Kalau mau selamat ya harus taubat... Seorang ayah tidak bisa menanggung kesalaha anaknya. Begitu sebaliknya. Ya kalau mau selamat ya harus tobat...ada kesaman dengan Islam."	Menjelaskan bahwa terdapat kesamaan kitab suci Yahudi dengan kitab suci Islam
	32:20-33:04 Dalam Islam kalau kita melakukan kesalahan atau dosa kita diberikan kesempatan untuk tobat..dalam islam tidak ada konsep seseorang bisa menanggung dosa orang lain.."	Menjelaskan bahwa Tuhan selalu diberi kesempatan kepada manusia untuk tobat
	Waktu	Video "Ngobrol 2 Jam berujung Syahadat"	Isi Pesan
1	2:20:50-2:21:05	...Gimana masih ada yang diragukan lagi dari Islam?....."Kalau dalam Islam itu begini pemahamannya, setiap bayi yang lahir itu adalah muslim sebenarnya. Dia menjadi yahudi, nasrani atau majusi itu karena orang tuanya.sampai akhirnya dia mengenal Islam, masuk Islam..sebenarnya dia bukan pidah agama Islam..tapi sebenarnya dia kembali ke Islam. Karena awalnya dia lahir sebagai Muslim. Setiap bayi yang lahir kan muslim. Dia hanya menggunakan insting, dia hanya pasrah kepada kehendak sang pencipta. Sedangkan yang meciptakan kita tak pernah bicara harus menyembah manusia, nyembah batu, nyembah pohon..semua diperintahkan hanya untuk menyembah Tuhan yang menciptakan kita.	Menjelaskan kepada Daniel, bahwa Setiap bayi yang lahir sudah Islam
2	2:22:54-2:23:14	...tunggu sekarang atau mau pikir-pikir dulu untuk syahadat? Di dalam islam itu sangat mudah. Orang masuk islam sayaratnya hanya mengucapkan syahadat. Saya bersaksi tiada Tuhan selain Allah dan Muhammad adalah rosulullah.	Bertanya mengenai keputusan untuk muaf dan menjelaskan megenai syahadat.

Jenis konten yang diproduksi oleh Dondy Tan dalam video "Keotentikan Kitab Suci" dan "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat" mencerminkan pendekatan edukatif dan persuasif yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang ajaran Islam. Konten ini tidak hanya fokus pada penyampaian informasi agama, tetapi juga memanfaatkan perbandingan dengan ajaran agama lain untuk memperkuat argumen yang disampaikan. Pendekatan ini sesuai dengan teori media sosial yang menyatakan bahwa konten informatif memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens yang mencari pengetahuan baru dan pemahaman yang lebih mendalam (Hesmondhalgh & Toynbee, 2008).

Dalam video "Keotentikan Kitab Suci," Dondy Tan mengadopsi pendekatan intertekstual dengan menghubungkan ajaran Islam dengan ajaran agama lain. Pendekatan ini memungkinkan audiens untuk melihat kesamaan dan perbedaan antara ajaran-ajaran tersebut, yang pada gilirannya memperkaya pemahaman mereka tentang keunikan Islam. Menurut Pratama (2014), intertekstualitas adalah cara yang efektif untuk memperdalam pemahaman audiens karena mereka dapat mengaitkan informasi baru dengan pengetahuan yang sudah mereka miliki.

Gaya komunikasi yang digunakan oleh Dondy Tan cenderung lugas dan argumentatif, yang bertujuan untuk mempengaruhi audiens melalui logika dan pemikiran kritis. Ini sejalan dengan Elaboration Likelihood Model (ELM) yang dikemukakan oleh J. Kitchen et al., (2014) yang menyatakan bahwa argumen yang kuat dan dapat dipertahankan lebih efektif dalam mempengaruhi audiens yang terlibat secara intelektual (Dinata et al., 2018). Dengan menyajikan argumen yang jelas dan mendalam, Dondy Tan berusaha untuk mendorong audiens untuk berpikir lebih kritis tentang ajaran agama dan membuat keputusan yang lebih beralasan.

Penggunaan elemen visual dan auditori dalam penyampaian pesan di video YouTube Dondy Tan juga memperkuat dampak pesan yang disampaikan. Menurut Hakim et al. (2024), multimodalitas dalam komunikasi—penggunaan berbagai mode seperti teks, gambar, dan suara—dapat meningkatkan pemahaman dan retensi informasi di kalangan audiens. Dalam video "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat," penggunaan nada suara yang tenang dan empati menciptakan suasana yang mendukung refleksi spiritual, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan emosional audiens.

Dampak dari konten ini terhadap audiens terlihat dari jumlah penayangan dan interaksi yang tinggi pada video-video tersebut. Teori pengaruh sosial dalam media sosial menunjukkan bahwa konten yang mendapatkan banyak perhatian cenderung dipandang lebih kredibel dan berpengaruh oleh audiens, yang kemudian mendorong lebih banyak orang untuk menontonnya

(Safitri et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa strategi dakwah digital Dondy Tan berhasil dalam menarik perhatian audiens yang luas dan beragam.

Konten yang diproduksi oleh Dondy Tan juga berhasil memicu reaksi emosional dan intelektual dari audiens. Menurut teori keterlibatan afektif, konten yang mampu menimbulkan emosi cenderung lebih efektif dalam mempengaruhi sikap dan perilaku audiens (Men & Tsai, 2015). Momen-momen emosional seperti proses syahadat dalam video "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat" memiliki potensi untuk menginspirasi audiens, baik mereka yang sudah beragama Islam maupun yang sedang mempertimbangkan untuk memeluk agama tersebut.

Konten yang bersifat emosional, seperti yang ditampilkan dalam video syahadat, sangat efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens. Menurut Pranata, (2014), emosi yang disampaikan melalui media sosial dapat dengan mudah menular kepada audiens, meningkatkan keterlibatan mereka dengan konten. Konten yang mampu menyentuh sisi emosional audiens memiliki peluang lebih besar untuk menjadi viral, yang pada gilirannya memperluas jangkauan dakwah yang dilakukan oleh Dondy Tan.

Penggunaan narasi pribadi atau cerita individu dalam konten, seperti dalam video tentang syahadat, adalah strategi yang sangat efektif untuk menarik perhatian audiens. Siregar et al. (2022) menyatakan bahwa narasi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi audiens melalui keterhubungan emosional yang mendalam, yang meningkatkan kepercayaan dan penerimaan terhadap pesan yang disampaikan. Dengan memanfaatkan kisah perjalanan spiritual seseorang, Dondy Tan berhasil menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga menginspirasi.

Konten yang disajikan oleh Dondy Tan memiliki potensi besar untuk mempengaruhi persepsi dan keyakinan spiritual audiens. Berdasarkan teori kultivasi, paparan berulang terhadap pesan tertentu melalui media dapat membentuk persepsi audiens tentang realitas (Annisa & Sari, 2023). Video-video yang membahas topik teologis dan spiritual dapat membantu audiens memperdalam pemahaman mereka tentang Islam dan memperkuat keyakinan mereka.

Secara keseluruhan, analisis ini menyoroti pentingnya kredibilitas dan keaslian dalam penyampaian konten dakwah di media sosial. Kredibilitas pengirim pesan adalah faktor kunci dalam efektivitas komunikasi persuasif (Lestari & Santoso, 2021). Dondy Tan, dengan pendekatan yang argumentatif dan penggunaan sumber-sumber teologis yang kredibel, berhasil membangun kepercayaan audiens, yang pada akhirnya meningkatkan dampak dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulannya, konten dakwah yang diproduksi oleh Dondy Tan melalui video "Keotentikan Kitab Suci" dan "Ngobrol 2 Jam Berujung Syahadat" menunjukkan efektivitas pendekatan edukatif dan persuasif dalam menyampaikan pesan-pesan Islam. Dengan menggabungkan elemen intertekstual, gaya komunikasi yang lugas dan argumentatif, serta penggunaan elemen visual dan auditori yang kuat, Dondy Tan berhasil menarik perhatian audiens yang luas dan memicu keterlibatan emosional serta intelektual mereka. Pendekatan ini sejalan dengan teori-teori komunikasi dan media sosial yang menunjukkan bahwa konten yang informatif, argumentatif, dan emosional memiliki daya tarik yang kuat dan potensi besar untuk mempengaruhi audiens.

Selain itu, dampak konten ini dapat dilihat dari jumlah penayangan dan interaksi yang tinggi, menunjukkan bahwa strategi dakwah digital yang diterapkan berhasil menjangkau audiens secara efektif. Dengan memanfaatkan narasi pribadi dan pendekatan yang kredibel, Dondy Tan mampu membangun kepercayaan audiens, memperkuat keyakinan mereka, dan mempengaruhi persepsi spiritual mereka. Keseluruhan analisis ini menegaskan pentingnya kredibilitas, keaslian, dan pemahaman mendalam dalam menghasilkan konten dakwah yang efektif dan berdampak di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Tan, D. (2021). Dondy Tan.pdf. <https://www.youtube.com/@DondyTan>.

11
Solihin, O. (2023). Transformasi budaya digital: Interaksi komunikasi interpersonal penjual dan pembeli. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 29(1), 1–8.

1
Siregar, B., Abdullah, A. Z., & Solihin, O. (2022). Resepsi mahasiswa terhadap pemberitaan Anies Baswedan sebagai calon presiden. *Jurnal Common*, 6(2), 135–145.

3
Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan teori penetrasi sosial pada media sosial: Pengaruh pengungkapan jati diri melalui TikTok terhadap penilaian sosial. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1–9.

7
Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya komunikasi dakwah era digital: Kajian literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279.

8
Pratama, A. A. N. (2014). Pengaruh spiritualitas, intelektualitas, dan profesionalisme terhadap kinerja dosen STAIN Salatiga. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 8(2), 415–436.

12
Pranata, A. (2014). Ekspresi emosi melalui computer mediated communication pada pengguna social network sites di Kota Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 2(3).

- ² Lestari, A., & Santoso, B. (2021). Pengaruh kredibilitas dan terpaan iklan Gojek versi “BTX-It’s Okay To Be Lebay” di Youtube terhadap keputusan menggunakan jasa Gojek pada era New Normal. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2(1), 37–47.
- ⁴ Kitchen, P. J., Kerr, G., Schultz, D. E., McColl, R., & Pals, H. (2014). The elaboration likelihood model: Review, critique and research agenda. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 2033–2050.
- ¹³ Kamarudin, M. A., Kamal, M., Syakir, M., & Safar, J. (2019). Media sosial dan dakwah menurut Islam. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Sains Teknologi dan Manusia.
- ⁹ Hesmondhalgh, D., & Toynbee, J. (2008). Why media studies needs better social theory. In *The media and social theory* (pp. 15–38). Routledge.
- ¹⁰ Hakim, L. N., Rosario, T. M., Marta, R. F., & Panggabean, H. R. G. (2024). Wacana multimodalitas budaya: Tautan peran gender dan akomodasi komunikasi dalam film serial Gadis Kretek. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 57–71.
- ⁶ Dinata, M. F., Muradi, M., & Kartini, D. S. (2018). Komunikasi pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam pengembangan kawasan wisata Geopark Ciletuh Palabuhanratu di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Politikom Indonesia*, 3(2), 150–162.
- Annisa, F., & Sari, S. (2023). Teori kultivasi: Bagaimana televisi membentuk cara pandang penonton terhadap lingkungan. *Memahami Khalayak Media Dalam Beragam Perspektif*, 45.

Analisis Isi Saluran Youtube Dondy Tan sebagai Media Dakwah

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

17%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.itbsemarang.ac.id Internet Source	4%
2	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1%
3	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
4	www.thefreelibrary.com Internet Source	1%
5	aksiologi.pubmedia.id Internet Source	1%
6	journal.unsika.ac.id Internet Source	1%
7	journal.universitaspahlawan.ac.id Internet Source	1%
8	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
9	Submitted to University of Namibia Student Paper	1%

10	ejournal.undip.ac.id Internet Source	1 %
11	journal.amikveteran.ac.id Internet Source	1 %
12	123dok.com Internet Source	1 %
13	journal-stiyappimakassar.ac.id Internet Source	1 %
14	Farida Hariyati, Dini Wahdiyati. "Penguatan Dakwah Virtual Sebagai Upaya Memakmurkan Masjid Berbasis Kegiatan Remaja Masjid", Jurnal SOLMA, 2019 Publication	1 %
15	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
16	berau.prokal.co Internet Source	<1 %
17	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
18	jurnal.minartis.com Internet Source	<1 %
19	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
20	Rademan Rademan, Sakka Hasan, Lisnawati Rusmin. "PENERAPAN MODEL	<1 %

PEMBELAJARAN CONTEXTUAL TEACHING
AND LEARNING TERHADAP HASIL BELAJAR
PKn SISWA KELAS IV SD NEGERI 1 TAPULAGA",
Jurnal Ilmiah Pembelajaran Sekolah Dasar,
2020

Publication

21

docplayer.info

Internet Source

<1 %

22

fernando3sb8e.onesmablog.com

Internet Source

<1 %

23

lib.unnes.ac.id

Internet Source

<1 %

24

da Rocha, Inês Filipe Oliveira Almeida.
"Marcas vs Influenciadores: Quais as
Características do Conteúdo Mais Eficazes na
Persuasão do Consumidor?", Universidade do
Porto (Portugal), 2024

Publication

<1 %

25

portalriset.uin-alauddin.ac.id

Internet Source

<1 %

26

www.theseus.fi

Internet Source

<1 %

27

A.H.G. Kusumah, C.U. Abdullah, D. Turgarini,
M. Ruhimat, O. Ridwanudin, Y. Yuniawati.
"Promoting Creative Tourism: Current Issues
in Tourism Research", CRC Press, 2021

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Analisis Isi Saluran Youtube Dondy Tan sebagai Media Dakwah

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10
