

**ISLAM DAN TERAPI PUBLIK DI INDONESIA: MAMAH
DEDEH DALAM MAMAH DAN AA BERAKSI DI
INDOSIAR DAN RUMAH MAMAH DEDEH DI TVOne**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar *Master of Arts (MA)*

Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Bimbingan dan Konseling Islam

**YOGYAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Melsani, S.Sos**
Nim : 18200010247
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Bimbingan dan Konseling Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 7 Desember 2020

Saya yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Melsani, S.Sos

18200010247

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Melsani, S.Sos**
Nim : 18200010247
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Bimbingan dan Konseling Islam

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 7 Desember 2020

Saya yang menyatakan,



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Melsani, S.Sos

18200010247-



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-533/Un.02/DPPs/PP.00.9/12/2020

Tugas Akhir dengan judul : Islam dan Terapi Publik di Indonesia: Mamah Dede dalam program Mamah dan Aa Beraksi di Indosiar dan Program Rumah Mamah Dede di TvOne

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MELSANI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 18200010247
Telah diujikan pada : Senin, 21 Desember 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Pengaji I

Dr. Moh. Mufid
SIGNED



Valid ID: 5023-uc980u9

Pengaji II

Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 5032040c22b

Pengaji III

Najib Kailani, S.Fil.I., M.A., Ph.D.
SIGNED



Valid ID: 51296ca009b

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Prof. Noorhuda, S.Ag., M.A., M.Pd.I., Ph.D.
SIGNED
Valid ID: 5043da7b62b

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**Model Bimbingan dan Konseling Islami Mamah Dede
(Studi pada acara Mamah dan Aa' BerAksi di Indostar dan Rumah Mamah**

Yang ditulis oleh:

Nama	: Melsani, S.Sos
Nim	: 18200010247
Jenjang	: Magister
Program Studi	: Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi	: Bimbingan dan Konseling Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister of Art.

Wassalamu 'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Desember 2020

Pembimbing

Dr. Hj. Nurjanah, M.Si

ABSTRAK

Tesis ini mengkaji model bimbingan konseling Islam publik yang diterapkan dalam program *dakwahtainment* Mamah Dedeh. Diketahui bahwa bimbingan dan konseling Islam tatap muka sudah tidak lagi menjadi satu-satunya jalan untuk melakukan layanan bimbingan dan konseling Islam. Disamping itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi juga menjadi salah satu alasan untuk mengembangkan pelayanan jasa bimbingan dan konseling Islam agar dapat beradaptasi terhadap tuntutan kemajuan dan kebutuhan masyarakat. *Dakwahtainment* Mamah Dedeh yang dikemas oleh program televisi dengan mengadopsi model bimbingan dan konseling Islam, menjadi alasan penulis untuk mengamati fenomena bimbingan konseling Islam yang bersifat publik di media. Tesis ini berkontribusi dalam melihat fenomena BKI yang bersifat publik untuk kemudian diterapkan dalam praktik bimbingan konseling Islam di era saat ini ataupun di masa yang akan datang. Penelitian ini merupakan studi kualitatif dengan mengkaji data yang diperoleh dari observasi *online* ceramah Mamah Dedeh.

Tesis ini menunjukkan bahwa dalam beberapa kesempatan, fenomena *dakwahtainment* Mamah Dedeh bisa disebut sebagai model bimbingan dan konseling Islam yang bersifat publik, namun dilain sisi masih banyak hal-hal yang harus dibenahi dan dievaluasi, baik oleh Mamah Dedeh sendiri ataupun program *dakwahtainment* yang dibawakannya. Dalam menyampaikan ceramah, Mamah Dedeh mengusung ide *rahmatan lil 'alamin* yang dituangkannya melalui nasihat Islam. Adapun tanggapan *netizen* terhadap model bimbingan dan konseling Mamah Dedeh beraneka ragam. Meskipun keseluruhan menganggap bahwa *dakwahtainment* Mamah Dedeh telah memberikan dampak positif dalam pandangan hidup mereka, namun dilain sisi juga terdapat *netizen* yang beranggapan bahwa Mamah Dedeh belum mampu untuk memberikan ceramah lantaran sikapnya yang cenderung merasa dirinya lebih baik dan paling dekat dengan Allah subhanahu wata'ala dibandingkan orang lain.

Kata kunci: *Model Bimbingan dan Konseling Islam, Mamah Dedeh, Media Sosial*

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	s'a	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	żal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef

ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	w
ه	ha’	h	ha
ء	hamzah	’	apostrof
ي	ya	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta ’addidah</i>
عدة	ditulis	<i>’iddah</i>

C. *Ta’ marbutah* di Akhir Kata Ditulis *h*

حَكْمَة	ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَة	ditulis	<i>’illah</i>
كَرَامَةُ الْأُولِيَاءِ	ditulis	<i>Karāmah al-auliyā’</i>
زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>Zakāh al-fitri</i>

D. Vokal Pendek

فَعْل	<i>fathah</i>	ditulis	A
كَسْر	<i>kasrah</i>	ditulis	fa’ala
ذِكْر		ditulis	i
دَمْمَة	<i>dammah</i>	ditulis	žukira
يَذْهَب		ditulis	u
			<i>yažhabu</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	ditulis	Ā <i>jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya' mati تنسى	ditulis	ā <i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati كريم	ditulis	I <i>karim</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	ditulis ditulis	ū <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بِينَكُمْ	ditulis	Ai <i>bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	ditulis	au <i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof (')

الْأَنْتَمُ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكْرَتْمُ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

Diikuti huruf *Qamariyyah* maupun *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf "al".

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
السماء	ditulis	<i>al-Samā'</i>
الشمس	ditulis	<i>al-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah adalah kata yang pertama saya ucapkan sebagai bentuk kesadaran saya sebagai seorang hamba dari Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. yang telah memberikan saya kesehatan, keselamatan, dan semangat yang tinggi untuk bisa menyelesaikan tesis dengan judul Islam dan Terapi Publik di Indonesia: Mamah Dedeh dalam Program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar dan Program Rumah Mamah Dedeh Tvone. Selawat dan salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad saw dan keluarga serta para sahabat.

Pada kesempatan ini saya ucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah membantu, membimbing, dan berkontribusi dalam proses penyelesaian tesis ini. Pertama, saya ucapkan kepada Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk diskusi, memberi masukan dan komentar atas penelitian saya. Kedua, saya ucapkan terimakasih kepada Dr. Nina Mariani Noor, SS., MA., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memotivasi saya untuk tetap percaya diri dan terus berprogres.

Selanjutnya saya ucapkan terimakasih kepada dosen-dosen yang mengampu kuliah sejak awal hingga akhir, beliau Dr. Sunarwoto M.A., Dr. Ita Rodiah, M.Hum, Dr. Munirul Ikhwan, Lc., M.A., Dr. Muhammad Yunus, Lc., M.A., Zulkipli Lessy, S.Ag., S.Pd., M.Ag., M.S.W, Dr. Nurus Sa'adah, S.Psi, M.Si, Psi., Dr. Hj. Sri Sumarni, M.Pd., Dr. Casmini, S.Ag, M.Si., Dr.

H. Zuhri, S. Ag., M. Ag., Dr. Mahmud Arif, M.Ag., Dr. Musthofa, S.Ag., dan Dr. Abdul Haris M.Ag.

Terimakasih juga saya ucapan untuk suppot system dalam hidup saya, mereka Melia Sari & Hasan, Hardiansyah & Yunita Dewi, Meldani & Patoni, Melta Sari & Sutrisno, Hendra Saputra, beserta keponakan saya, Fandy & Fitri, Shevia & David, Erlangga & Erwinda, Ilham & Ibrahim.

Tidak lupa saya ucapan terimakasih khususnya kepada M. Wafiq Firdaus Izmi Azis dan umumnya kepada teman-teman Pascasarjana Konsentrasi Bimbingan Konseling Islam atas perhatian dan kenangan susah senang bersama selama kuliah di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.

Bagi saya tesis ini menjadi bukti bahwa saya masih dalam proses belajar dan ingin terus belajar lebih banyak lagi. Komentar, masukan, dan saran sangat saya butuhkan untuk memperbaiki penelitian saya selanjutnya. Semoga tesis ini memberikan sedikit gambaran dan manfaat bagi pembaca/peneliti selanjutnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 1 Januari 2021

Melsani, S. Sos
NIM. 18200010247

MOTTO

**Hiduplah bersama yang hidup
Petiklah hikmah dari yang pernah hidup**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya

Yurnani & Supardi



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN DIREKTUR.....	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vii
KATA PENGANTAR	xi
MOTTO.....	xiii
PERSEMBERAHAN	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
GLOSARIUM.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	8
D. Kajian Pustaka	9
E. Kerangka Teoritis	17
F. Metode Penelitian	25
G. Sistematika Pembahasan.....	25
BAB II MODEL BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM	
MAMAH DEDEH	29
A. Pendahuluan.....	29

B. Mamah Dedeh sebagai Penceramah Perempuan	29
C. <i>Dakwahainment</i> Mamah Dedeh	31
D. Retorika Konseling Mamah Dedeh di Media	49
E. Kesimpulan	55
BAB III MAMAH DAKWAH INDONESIA: TANGGAPAN NETIZEN TERHADAP MODEL BKI MAMAH DEDEH	57
A. Pendahuluan.....	57
B. Popularitas Mamah Dedeh sebagai Mamah Dakwah Indonesia	58
C. Kesimpulan	67
BAB IV PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Contoh berbagai program dakwah di televisi oleh beberapa tokoh agama.....	5
Gambar 1.2	Program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar dan program Rumah Mamah Dede Dede Hvone.....	7
Gambar 2.1	Channel Youtube Indosiar dan playlist program Mamah dan Aa Beraksi.....	32
Gambar 2.2	Channel Youtube ReligiOne dan playlist program Rumah Mamah Dede.	33
Gambar 2.3	Cerita Dan Beranda Instagram Rumah Mamah Dede Hvone	39
Gambar 2.4	Bentuk empati yang dilakukan Mamah Dede dalam program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar	54
Gambar 3.1	Dokumenter program Mamah dan Aa Beraksi dalam channel youtube Vice Indonesia	59
Gambar 3.2	Permintaan maaf Mamah Dede atas penyebutan kata autis dalam ceramahnya.	64
Gambar 3.3	Dokumen Video Rumah Mamah Dede.....	65



GLOSARIUM

<i>Berantem</i>	: Bertengkar
<i>Bil hikmah</i>	: Dengan cara yang baik
<i>Ceplas-ceplos</i>	: Terus terang dan tidak berbelit-belit
<i>Channel</i>	: Nama saluran dalam Youtube
<i>Curhat</i>	: Menyampaikan keluh kesah atau curahan hati
<i>Dakwah</i>	: Ajakan, seruan, dari tokoh agama kepada masyarakat untuk mempelajari dan mengamalkan ajaran Islam
<i>Dakwahtainment</i>	: Acara dakwah di televisi yang menggabungkan antara tuntunan dan tontonan (hiburan), entertainment.
<i>Fesyen</i>	: Berasal dari bahasa Inggris <i>fashion</i> , artinya ekspresi estetika yang populer pada kurun waktu tertentu, terutama gaya pakaian.
<i>Furqah</i>	: Lepasnya ikatan perkawinan dan terputusnya ikatan antara suami dan isteri karena ada sesuatu yang menjadi sebabnya.
<i>Hooker</i>	: Kegiatan yang dilakukan untuk menarik Atensi penonton
<i>Host</i>	: Pembawa Acara
<i>Live</i>	: Berasal dari bahasa Inggris yang berarti siaran langsung
<i>Netizen</i>	: Julukan untuk seseorang yang aktif terlibat dalam komunitas maya atau internet pada umumnya
<i>Ngaji</i>	: Merujuk pada aktivitas membaca Al Quran atau membahas kitab-kitab oleh penganut agama Islam

<i>Nur</i>	: Cahaya, rahmat
<i>Rahmatan lil 'alamin</i>	: Berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti rahmat bagi semesta alam
Retorika	: Ilmu bicara didepan umum
<i>Role model</i>	: Gambaran ideal yang diinginkan untuk diri di masa depan
Seleb atau selebriti	: Orang yang terkenal, biasanya seorang artis
<i>Soundtrack</i>	: Lagu pengiring gambar atau video
Story telling	: Berasal dari bahasa Inggris, artinya mendongeng, sedangkan dalam penelitian ini artinya menceritakan kisah pengalaman hidup.
<i>Subscribers</i>	: Pelanggan video pada channel youtube
Talaq	: Memutuskan hubungan antara suami isteri dari ikatan yang sah menurut agama.
Tren	: Bergaya Mutakhir
Televangelisme Islam	: Penceramah agama Islam yang sering tampil di televisi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bimbingan dan konseling Islam disebut sebagai pelayanan jasa bimbingan dan konseling menggunakan sudut pandang Islam dengan berlandaskan pada Al Quran dan hadits.¹ Selayaknya bimbingan dan konseling (selanjutnya baca: BK) konvensional, kebutuhan akan bimbingan dan konseling Islam (selanjutnya baca: BKI) juga semakin banyak, mengingat bahwa populasi Islam di dunia telah mencapai 1,9 miliar dan sudah mendekati populasi Kristen sebanyak 2,4 miliar.² Oleh karena itu, bimbingan dan konseling Islam harus mampu beradaptasi dengan berbagai perkembangan dan tuntutan global.

Globalisasi ditandai dengan penyempitan ruang dan waktu membuat hubungan antar manusia menjadi lebih mendalam, intensif, dan lebih mudah diakses dari sebelumnya. Begitu pula dalam BK, jika sebelumnya pelaksanaan BK identik dengan komunikasi interpersonal

¹ Samsul Munir Amin, “*Bimbingan dan Konseling Islam*,” (Jakarta: Amzah, 2013), 77.

² Pojoksatu.id “*Ini Data Populasi Agama di Dunia, Islam Maju Pesat, sudah dekati Kristen*,” lihat <https://pojoksatu.id/news/berita-nasional/2020/09/07/ini-data-populasi-agama-di-dunia-islam-maju-pesat-sudah-dekati-kristen/>. (Diakses 24 November 2020).

secara tatap muka antara konselor dan konseli,³ maka dengan kemudahan dan perkembangan ilmu teknologi, kegiatan BK sudah bisa dilakukan dalam jarak jauh dengan menggunakan telepon ataupun media elektronik yang tersambung dengan bantuan internet. BK yang memanfaatkan bantuan internet semacam ini biasa disebut sebagai *cyber counseling*.⁴

Salah satu contoh kemajuan teknologi saat ini adalah adanya media sosial. Media sosial memberikan kemudahan untuk para penggunanya dalam berpartisipasi, berinteraksi, dan berbagi informasi yang dibutuhkan satu sama lain.⁵ Media sosial dapat membantu perkembangan BKI, namun, dilain sisi juga bisa menjadi tantangan bagi eksistensi BKI. Hal ini karena jika BKI tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi, maka BKI akan mengalami ketertinggalan dan menjadi sebuah jasa layanan yang tidak lagi digunakan oleh masyarakat.

Menyikapi tuntutan kemajuan teknologi, BKI harus menyiapkan solusi untuk mempertahankan eksistensinya dibidang jasa layanan sosial dan agama. Hal itu bisa dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media sosial, seperti youtube. Youtube merupakan salah satu media sosial

³ Samsul Munir Amin, “*Bimbingan dan Konseling Islam*,” (Jakarta: Amzah, 2010), 12.

⁴ Achmad Juntika Nurihsan, “*Strategi Layanan Bimbingan dan Konseling*,” (Bandung: PT Refika Aditama), 76.

⁵ Anang Sugeng Cahyono, “*Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*,” (Jurnal Publiciana 9, No. 1, 2016), 140–157.

yang didasarkan pada kebebasan bereksresi, kebebasan mendapatkan informasi, kebebasan menggunakan peluang, dan kebebasan memiliki tempat berkarya.⁶ Youtube bisa menjadi salah satu media yang digunakan untuk pelayanan BKI agar sampai kepada seluruh masyarakat, baik dalam negeri maupun luar negeri.

Beberapa program kegiatan baik formal maupun non formal yang awalnya disiarkan melalui media audio visual (television) mengambil inisiatif untuk menayangkan kembali program tersebut di media sosial youtube. Hal ini berdasarkan pertimbangan atas ketertarikan masyarakat yang lebih memilih youtube sebagai media yang bisa digunakan kapanpun dan dimanapun, karena tidak terbatas pada waktu dan tempat selayaknya televisi.⁷

Salah satu program acara televisi yang juga ditampilkan di youtube adalah program acara *Tonight Show*, yang merupakan program gelar wicara malam yang memberikan informasi dan hiburan. Acara yang dibawakan oleh empat orang *host* yang terdiri dari Vincent Rompies, Desta, Hesti Purwadinata, dan Enzy Storia ini nyatanya lebih banyak mendapatkan *views* (tampilan) di youtube daripada ketika

⁶ Jean Burgess and Joshua Green, "YouTube: Online Video and Participatory Culture," (John Wiley & Sons, 2018), (Diakses 7 November 2020).

⁷ Fatty Faiqah, Muhammad Nadjib, And Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram," (Kareba : Jurnal Ilmu Komunikasi, 2016), 259–272.

ditayangkan di televisi.⁸ Ini artinya, youtube lebih dipilih oleh masyarakat dari berbagai macam kalangan usia sebagai media untuk memberikan hiburan dan informasi daripada media televisi.

Selain itu, youtube juga lebih menarik dikarenakan penggunaannya yang tidak terlalu memakan biaya, apalagi saat ini banyak operator telekomunikasi seluler yang memberikan akses internet *unlimited* (tak terbatas) bagi para penggunanya, sehingga semakin memudahkan siapapun yang membutuhkan akses internet untuk menyaksikan video di youtube.

Begitu banyak kelebihan dan manfaat dari media *online* yang juga dirasakan dalam pelaksanaan BK. Hal ini karena tidak lagi ada keharusan bagi konselor dan klien untuk berada ditempat yang sama, tidak harus membayar jasa layanan BK, serta tidak terbatas dalam memperoleh bimbingan kesekian kalinya, dibandingkan dengan BK secara langsung yang tidak dapat diulang begitu saja, melainkan harus ada prosedur baik waktu, tempat, dan biaya yang disepakati kembali oleh konselor dan konseli.⁹

Bimbingan agama yang diberikan melalui media sosial youtube oleh tokoh-tokoh agama seperti *Islam Itu Indah*,

⁸ Zulaikha, “*Media Konvensional vs Media Daring: Belajar dari Kasus Acara Tonight Show-Net Tv*,” Jurnal Kajian Media, lihat <Https://Ejournal.Unitomo.Ac.Id/Index.Php/Ilkom/Article/View/2572>. (Diakses 24 Desember 2020).

⁹ Namora Lumongga Lubis, “*Memahami Dasar-dasar Konseling dalam Teori dan Praktek*,” (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 87.

Damai Indonesiaku, Semesta Bertasbih, Mutiara Hati Quraish Shihab, Mamah dan Aa Beraksi, Rumah Mamah Dede, dan sebagainya telah terbukti sebagai sebuah acara yang berhasil menyampaikan pesan Islam dan memperoleh views (jumlah penonton) yang cukup banyak dari para pengguna media sosial.



Gambar 1.1. Dari kiri ke kanan adalah contoh berbagai program dakwah di televisi oleh beberapa tokoh agama.

Keberhasilan program acara Islami dalam menarik minat masyarakat ini tentunya dipengaruhi oleh berbagai macam faktor mulai dari penciptaan latar, *soundtrack* (lagu pengiring acara), jargon, dan khususnya kemampuan dari tokoh agama dalam menyampaikan pesan audio visual, termasuk kepribadian dari tokoh agama tersebut.

Mamah Dede merupakan salah satu tokoh agama sekaligus penceramah dari kalangan perempuan yang tetap eksis sejak 13 tahun yang lalu hingga kini. Mamah Dede memiliki pembawaan dengan logat Betawi dan Sunda yang

tegas dan gayanya yang *ceplas-ceplos* menjadikan dirinya sebagai sosok penceramah yang banyak disukai oleh semua kalangan. Dalam ceramahnya, Mamah tidak hanya menggunakan komunikasi satu arah, melainkan juga dua arah sehingga ada interaksi aktif baik secara langsung antara Mamah dan jamaah di studio ataupun melalui media elektronik yang tersambung ke internet melalui media *telephone, skype, email, dan direct message instagram*.

Interaksi aktif antara Mamah dan jamaah biasanya dilakukan ketika sesi tanya jawab baik terkait tema yang disampaikan ataupun di luar dari tema. Pertanyaan yang diajukan ke Mamah Dedeck kebanyakan merupakan masalah dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam kehidupan rumah tangga. Model ini bisa dikatakan menyerupai model bimbingan dan atau konseling publik di media khususnya TV dan media sosial youtube.

Mamah Dedeck telah menjalani beberapa program televisi seperti, *Mamah dan Aa yang berganti menjadi Mamah dan Aa Beraksi, Ceramah (ceria bersama Mamah), Hati ke Hati bersama Mamah Dedeck, Curhat Akbar, Mamah On The Street, Dewan Juri Aksi Indosiar, dan sekarang mengisi program Rumah Mamah Dedeck.*¹⁰ Program *Mamah dan Aa* yang kemudian berganti menjadi *Mamah dan Aa*

¹⁰ PT Viva Media Baru-Viva, “*Profil Dedeck Rosidah - Viva*,” last modified 40:20 700, lihat <https://www.viva.co.id/siapa/read/120-mamah-dedeck>. (Diakses 13 September 2020).

Beraksi merupakan program terlama yang pernah dibawakan oleh Mamah Dede.

Program *Mamah dan Aa Beraksi* menjadi langkah awal Mamah Dede dalam membangun citra diri dan popularitasnya sebagai seorang penceramah dengan mengadopsi gaya BKI. Hal ini menjadi alasan penulis untuk menjadikan program acara *Mamah dan Aa Beraksi* sebagai objek pengamatan dalam melakukan penelitian tentang Model BKI Mamah Dede. Sebagai tambahan refrensi, penulis juga menggunakan program terbaru Mamah Dede yaitu *Rumah Mamah Dede* di stasiun *tvOne* yang ditayangkan kembali melalui media sosial youtube.



Gambar 1.2. Program Mamah dan Aa Beraksi Indosiar dan program Rumah Mamah Dede *tvOne*

Kemudian, untuk mengetahui respon dan hal-hal yang menjadi daya tarik *netzien* terhadap program *religi* Mamah Dede, penulis tidak hanya memperoleh dari kolom komentar yang tersedia di *channel youtube Indosiar* dan *religiOne*, melainkan *channel* lain seperti *Vice Indonesia*, *C&R digital*, dan *Cumi-cumi* yang menayangkan dokumenter program *dakwahainment* Mamah Dede.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji BKI publik melalui media yang diterapkan dalam program *dakwahtainment*¹¹ Mamah Dedehe melalui penelitian dengan judul “Islam dan Terapi Publik di Indonesia: Mamah Dedehe dalam Program Mamah dan Aa Beraksi di Indosiar dan Rumah Mamah Dedehe di TvOne.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimanakah model BKI Mamah Dedehe di acara Mamah dan Aa beraksi di stasiun televisi Indosiar dan di acara Rumah Mamah Dedehe di stasiun TvOne?
2. Bagaimana tanggapan *netizen* terhadap model BKI Mamah Dedehe?

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Tesis ini bertujuan untuk mendiskusikan model BKI dalam *dakwahtainment* Mamah Dedehe dan untuk melihat pandangan serta penilaian *netizen* terhadap *dakwahtainment* yang penulis sebut sebagai model BKI Mamah Dedehe di media sosial khususnya youtube.

¹¹ Istilah ini penulis peroleh dari tulisan Dicky Sofjan yang berjudul Gender Construction in Dakwahtainment: A Case Study of Hati ke Hati bersama Mamah Dedehe.

Penelitian lain sudah membahas terkait pemanfaatan berbagai media untuk mendukung eksistensi BK dan BKI, namun belum ada yang membahas pemanfaatan media sosial youtube sebagai media untuk menyampaikan BKI yang bersifat publik. Tesis ini berkontribusi dalam melihat fenomena BKI yang bersifat publik untuk kemudian diterapkan dalam praktik BKI di era saat ini ataupun di masa yang akan datang.

D. Kajian Pustaka

Pengembangan program layanan BKI telah dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media seperti *website*, *email*, dan *whatsapp*. Media menjadi alat yang berperan dalam memperluas eksistensi BKI. Dari studi yang ada, saya menemukan tiga kecenderungan penelitian. *Pertama*, studi yang melihat media sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman individu tentang materi yang disampaikan dalam layanan informasi BK.

Dalam penelitiannya, Mamang Efendi berusaha mendeskripsikan kelayakan media blog “BK Sahabat Kita” dalam layanan informasi BK dan meningkatkan minat siswa dalam memanfaatkan layanan BK di sekolah. Hasil penelitian ini menunjukkan media *blog* “BK Sahabat Kita” layak untuk

digunakan pada siswa SMA kelas X dalam layanan informasi BK.¹²

Penelitian selanjutnya oleh Ahmad Setiadi, yang menjelaskan tentang manfaat media sosial terhadap berbagai macam bentuk komunikasi, mulai dari pemasaran, komunikasi politik, dan komunikasi dalam sistem pembelajaran. Tulisan ini melihat apakah media sosial hanya membawa dampak perubahan dari sarana komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital, atau juga menyebabkan komunikasi menjadi lebih efektif. Dan hasil akhir dari tulisan ini mengatakan bahwa media sosial membawa dampak bukan hanya pada perubahan sarana komunikasi konvensional menjadi modern dan serba digital melainkan juga membuat komunikasi menjadi lebih efektif.¹³

Tulisan di atas penulis gunakan sebagai salah satu landasan penulis menggunakan media sosial youtube sebagai subjek penelitian, karena sebagaimana dikatakan bahwa media sosial memiliki manfaat dalam berbagai sarana komunikasi, tentunya juga bermanfaat terhadap penyampaian pesan dalam bentuk BKI publik baik secara langsung ataupun

¹² Mamang Efendi, “*Pengembangan Media Blog Dalam Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling*,” Jurnal BK Unesa 1, No. 1 (February 4, 2013), lihat <Https://Jurnalmahasiswa.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Jurnal-Bk-Unesa/Article/View/1951>. (Diakses 25 Desember 2020).

¹³ Ahmad Setiadi, “*Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*,” (Banten: AMIK BSI Karawang). lihat <ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article>. (Diakses 26 November 2020).

tidak langsung, yang akan coba penulis kaji pada penelitian penulis dan itu belum dibahas dalam tulisan Ahmad Setiadi.

Kedua, studi yang melihat korelasi antara dakwah dan BKI, pola pemikiran dakwah Mamah Dede dalam program yang memadukan antara dakwah dan hiburan di stasiun televisi yang disebut dengan istilah *dakwahainment*. Penelitian Marzuqi Agung Prasetya tentang korelasi antara BKI dan dakwah, menyatakan bahwa BKI merupakan bagian dari ilmu sosial yang kemudian menjadi disiplin ilmu mandiri. Alasan dijadikannya disiplin ilmu mandiri karena untuk memahami individu tidaklah mudah terlebih lagi dalam hal memberikan bantuan terhadap suatu masalah yang tengah dihadapi.

Ada beberapa pendekatan yang direkomendasikan dalam praktek BK seperti pendekatan psikoanalisa, eksistensial humanistik, psikodinamika, eklektik, dan behavioristik. Pendekatan tersebut dipilih berdasarkan situasi dan kondisi baik dari pihak klien maupun konselor serta situasi dan kondisi saat kegiatan BKI berlangsung. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang erat antara BKI dan dakwah. Dalam pelaksanaan BKI, bisa melibatkan para tokoh agama yang merupakan pelaku dakwah untuk memberikan bimbingan maupun konseling Islam kepada individu yang tengah menghadapi masalah.¹⁴

¹⁴ Marzuki Agung Prasetya, “Korelasi Antara Bimbingan Konseling Islam Dan Dakwah,” *Addin* 8, No. 2, 2015, lihat <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/addin/article/view/604>. (Diakses 3 Maret 2020).

Penelitian selanjutnya oleh Dicky Sofjan tentang konstruksi *gender* di Indonesia, *dakwahtainment*: studi kasus *Hati Ke Hati bersama Mamah Dede*. Penelitian ini mengkaji fenomena *dakwahtainment*, sebuah konsep dakwah yang dikemas dalam acara televisi. Kemudian untuk fokus dari penelitian ini sendiri yaitu pengamatan dan analisis terhadap program *live* harian yang sangat populer pada masanya yang berjudul *Hati ke Hati Bersama Mamah Dede*.

Penceramah wanita yang tidak lain adalah sosok Mamah Dede berkewajiban untuk memberikan ceramah dan nasehat Islami termasuk juga vonis agama pada berbagai aspek kehidupan yang dihadapi wanita Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa program *Hati ke Hati Bersama Mamah Dede* dibangun berdasarkan pemahaman *gender* yang tidak konsisten dan bertentangan, yang cenderung secara bersamaan memberdayakan dan melemahkan pemirsa perempuan Muslim.¹⁵

Penelitian oleh Dicky Sofjan tersebut juga memberikan gambaran terkait penyampaian ceramah oleh Mamah Dede yang cenderung memberikan daya tawar terhadap perempuan dalam menentukan pilihan. Namun jika diamati dengan sudut pandang konseling maka Mamah Dede disini tidak hanya menyampaikan ketentuan Islam melainkan juga nasihat. Hal ini penting karena tentunya dalam pengambilan keputusan,

¹⁵ Dicky Sofjan, “*Gender Construction in Dakwahtainment: A Case Study of Hati Ke Hati Bersama Mamah Dede*,” *Al-Jami’ah: Journal of Islamic Studies* 50, no. 1 (June 26, 2012), 57–74.

seseorang memerlukan pertimbangan-pertimbangan tertentu agar dapat mengambil keputusan yang tepat.

Dari kedua penelitian diatas dapat dilihat bahwa BKI tidak dapat dilepaskan kaitannya dengan dakwah. Penyampaian materi keagamaan sebagai petunjuk manusia dalam menjalani kehidupan menjadi menarik ketika bisa dipadukan dengan hiburan sehingga keduanya dapat diterima dan dinikmati secara bersamaan. Hiburan yang ditampilkan disini adalah hiburan yang masih termasuk dalam kategori wajar dan sesuai dengan esensi dakwah. BKI sendiri merupakan bagian dari dakwah selayaknya dengan ruqiyah dan jenis jasa layanan kemanusiaan lainnya yang sama-sama bertujuan untuk memberikan perubahan positif dan mengembalikan manusia kepada fitrahnya.

Penelitian selanjutnya oleh Saiful Akhyar Lubis yang menulis dengan judul “*Islamic Counseling: The Services of Mental Health and Education for People.*” Penelitian ini menjelaskan tentang layanan bimbingan Islam yang diberikan oleh pesantren bukan hanya merepresentasikan pendidikan dan pekerjaan melainkan lebih kepada upaya untuk menjaga dan memelihara kesehatan mental masyarakat.¹⁶

Ketiga, studi yang mengamati fenomena fatwa online dan konseling virtual di era digital dan strategi dalam

¹⁶ Saiful Akhyar Lubis, “*Islamic Counseling: The Services of Mental Health and Education for People: Religious Education* Vol 106, No 5,” lihat <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00344087.2011.613347>. (Diakses 26 Desember 2020).

menyikapi tantangan agama dan budaya dalam konseling wanita muslim. Kedua penelitian ini setidaknya memberikan sedikit gambaran bahwa dalam pelaksanaan layanan konseling online terdapat sebuah keharusan bagi individu untuk memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam akses dan penggunaan internet. Kemudian, terkait tantangan agama dan budaya dalam konseling wanita muslim sebagai populasi yang mendominasi jumlah penduduk Indonesia.

Dua penelitian tersebut menunjukkan bahwa program Mamah Dede setidaknya sudah memiliki inisiatif yang tepat dengan menghadirkan jamaah perempuan di studio program dakwahnya sebagai sasaran dakwah dan objek konseling. Hal ini juga didukung oleh penyampaikan ceramah Mamah Dede yang ringan, dan mempertimbangkan bahasa yang tepat untuk digunakan dalam berinteraksi dengan jamaah. Adapun penjelasan dari kedua penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Penelitian Mohamed Chawki tentang Islam di era digital.¹⁷ Menurut penelitian ini fatwa online dan konseling virtual adalah masalah utama bagi komunitas global. Pengenalan, pertumbuhan, dan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) telah menciptakan ruang publik baru di mana berbagai konsep koeksistensi antara Islam dan Negara dibahas. Forum keagamaan online tidak

¹⁷ Chawki Mohamed, “Islam in the Digital Age: Counseling and Fatwas at the Click of a Mouse,” *Journal of International Commercial Law and Technology* 5 (September 28, 2010). (Diakses 28 Desember 2020).

hanya untuk memberikan nasihat Islami, tetapi juga memungkinkan pengguna internet untuk bertemu dan berinteraksi dengan orang lain.

Penelitian ini mendekati beberapa masalah seperti; apakah nasihat Islam online mengikat atau tidak, implikasi nasihat Islam online pada pengguna internet yang mengajukan pertanyaan, apakah dimensi moral sama dengan menerima fatwa dari seorang sarjana dalam konteks non elektronik, serta memeriksa bagaimana situs-situs Islam mengubah proses pengambilan keputusan dan konstruksi pengetahuan Islam di kalangan umat Islam.

Artikel ini berusaha untuk menunjukkan bahwa pengambilan keputusan dan aktivisme adalah dua zona utama di dunia maya, meskipun mungkin ada kebingungan antara e-jihad dan fatwa. Kebingungan yang dimaksud disini lebih mengarah pada kesenjangan digital oleh kaum elit dan marginal. Fakta bahwa beberapa pendapat agama lebih aman untuk diartikulasikan di dunia maya daripada di ruang fisik mendorong orang untuk mendalami fatwa online dalam bentuk tertulis dan audio visual, atau bahkan untuk berpartisipasi dalam bentuk jihad elektronik. Hal ini tentunya mengharuskan siapapun untuk bisa menguasai kemampuan dalam mengakses dan memanfaatkan internet.

Penelitian Carema Cook-Masaud dan Marsha I. Wiggins tentang Konseling Wanita Muslim: Menjelajahi

Tantangan Budaya dan Agama.¹⁸ Penelitian ini terkait tentang kehadiran populasi Muslim yang terus meningkat di Amerika Serikat menuntut agar para konselor menjadi terbiasa dengan populasi ini dan persenjataan keyakinan serta praktik keagamaannya.

Penelitian ini mempertimbangkan strategi untuk konseling klien Muslim wanita. Pertama, mereka meninjau kepercayaan umum dan praktik Muslim di Amerika Serikat. Melalui penggunaan studi kasus, mereka menggambarkan metode kolaboratif konseling wanita Muslim yang didasarkan pada hubungan klien-konselor yang saling percaya. Teknik kolaboratif dapat berguna dalam bekerja dengan klien muslim wanita, membangun hubungan, menjadi kompeten secara budaya, memberikan pendidikan, menilai peran gender, menekankan ketahanan dan kekuatan keluarga, meninjau kepercayaan agama dan teks suci. Hal ini dapat menjadi cara yang efektif untuk membantu klien Muslim di Amerika Serikat untuk beradaptasi dengan budaya dominan serta menghormati praktik budaya dan kepercayaan agama mereka.

Pengkajian Mamah Dedeuh yang dikelaborasikan dengan bimbingan dan konseling Islam di media nampaknya belum pernah dilirik dan dikaji oleh peneliti sebelumnya. Mengingat BKI yang memiliki korelasi dengan dakwah,

¹⁸ Carema Cook-Masaud and Marsha I. Wiggins, “*Counseling Muslim Women: Navigating Cultural and Religious Challenges*,” *Counseling and Values* 55, no. 2 (April 2011): 247–256.

maka tepat jika *dakwahainment* Mamah Dedehe menjadi objek dalam mengamati fenomena BKI di media.

Esensi dakwah dan BKI yang sama-sama fokus dalam membantu menyelesaikan permasalahan hidup yang dialami oleh seorang individu oleh Shertzer dan Stone dalam Mappiare yang dikutip oleh Namora Lumongga Lubis dikatakan mampu memenuhi kebutuhan individu akan jawaban terkait pertanyaan atas solusi dari masalah yang dihadapi.¹⁹

Beberapa kajian pustaka di atas, penulis pilih berdasarkan kesamaan baik kajian dan objek penelitian. Akan tetapi, dari penelitian tersebut belum ada yang menjelaskan secara detail tentang model BKI yang dilakukan Mamah Dedehe. Oleh karena itu, untuk mengetahui hal tersebut, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

E. Kerangka Teoritis

Diskusi mengenai Islam dan terapi publik dapat dilihat dan dipahami sebagai sebuah solusi yang ditawarkan untuk menangani berbagai masalah kehidupan masyarakat khususnya kaum muda. Kekhawatiran terhadap dampak negatif dari modernisasi dan globalisasi juga masa depan yang tidak pasti, telah mendorong kaum muda untuk mencari solusi melalui berbagai sumber salah satunya

¹⁹ Namora Lumongga Lubis, *Memahami Dasar-dasar Konseling dalam Teori dan Praktik* (Kencana, 2014). 3.

media.²⁰ Dilain sisi, Ustad dan Ustadzah sebagai pelaku dakwah juga semakin eksis dalam menyampaikan ceramah dengan model dan konsep ide yang akhirnya memunculkan kecenderungan bagi para jamaahnya untuk menganut agama dengan prinsip liberal, plural, moderat, dan radikal.

Islam dan terapi publik juga dapat dilihat sebagai fenomena komodifikasi agama di televisi komersial Indonesia. Salah satu contoh acara yang mengusung konsep tersebut adalah program *dakwahtainment* Mamah Dede. *Dakwahtainment* merupakan salah satu bentuk industri media penyiaran sebagai program keagamaan untuk melayani kebutuhan spiritualitas masyarakat.

Alfian memandang *dakwahtainment* dimungkinkan sebagai perwujudan metode dan media kreatif untuk dakwah itu sendiri atau sebagai post-fordist industri media (television) dengan memperhatikan kebutuhan dan minat pasar berdasarkan momen tertentu. Namun, secara kritis Alfian melihat adanya eksplorasi dan representasi ayat-ayat Tuhan yang dimanfaatkan sebagai komoditas dalam industri media sehingga di satu sisi konsumen mendapatkan informasi

²⁰ Munirul Ikhwan, “Produksi Wacana Islam (Is) Di Indonesia: Revitalisasi Islam Publik dan Politik Muslim ,” dalam *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi dan Kontestasi* , ed. Noorhaidi Hasan (Yogyakarta:Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018); Yuswohadi et al., *Gen M #Generation Muslim “Islam itu Keren”*, 2017 th ed. (Yogyakarta: PT Bentang Pustaka, 2017).

agama dan kepuasan spiritual, sedangkan di sisi lain keuntungan yang diperoleh media semakin meningkat.²¹

Otoritas tokoh agama menjadi modal utama untuk menyampaikan Islam dan terapi publik di media. Otoritas diartikan sebagai hak oleh seseorang tokoh agama untuk menetapkan ketaatan atas nama nilai-nilai umum dan aturan dalam berperilaku.²² Otoritas ini dapat diperoleh melalui lembaga formal seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Namun untuk tokoh agama yang populer di dunia pertelevisian atau biasa disebut sebagai ustaz seleb²³ adalah mereka yang memiliki pengalaman yang lebih dekat dengan masyarakat, pengalaman sebagai orang biasa yang juga pernah mengalami masa-masa dimana seseorang berperilaku dan bertindak semaunya, tanpa aturan dari agama Islam, kemudian bertransformasi ke kehidupan yang lebih baik sesuai dengan arahan agama. Hal inilah yang menjadikan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²¹ Muhammad Ivan Alfian, “*Dakwahainment: Antara Komersialisasi Media di Balik Ayat Tuhan*,” At-Tabsir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam Vol. 10, No. 1, (Februari 2015), lihat <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/465> (Diakses pada 2 Januari 2021).

²² Siti Mariatul Kiptiyah *et. al*, “Islam: Antara Teks , Kuasa, dan Identitas,” (Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2019), 16.

²³ Ustad seleb adalah istilah dalam buku Ulama dan Negara-Bangsa yang ditujukan kepada tokoh agama yang populer di media massa khususnya televisi.

ceramah mereka dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat.²⁴

Najib Kailani dan Sunarwoto secara rinci menjelaskan di subbab televangelisme Islam dalam lanskap otoritas keagamaan baru, dalam “Ulama dan Negara-Bangsa,” dikatakan bahwa munculnya media baru telah berkontribusi terhadap fragmentasi otoritas keagamaan. Banyak ustad dan ustadzah seleb yang muncul dari latar belakang pendidikan sekuler dengan bermodalkan literatur keislaman, fesyen Islam, perumahan Islam, produk halal, perbankan Islam, dan lain sebagainya. Televangelisme Islam²⁵ selain ditandai dengan mengonsumsi hal-hal yang berbau Islami, juga dengan membagikan pengalaman pribadi yang dikorelasikan dengan pandangan Islam melalui aktivitas *storytelling* serta mengemas pesan-pesan keagamaan dengan gaya modern dan menghibur yang diwujud dalam bentuk *dakwahainment*.²⁶

Media baru memberikan kemudahan kepada siapapun untuk mengakses berbagai ilmu pengetahuan termasuk ilmu

²⁴ Yasmin Moll, “*Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt*,” dalam Kirana Nur Lyansari, “*Kultur Selebriti, Komodifikasi dan Kesalehan Narasi Hijrah Peggy Melati Sukma*,” (Yogyakarta, Undergraduate Thesis UIN Sunan Kalijaga, 2020).

²⁵ Televangelisme Islam adalah istilah yang digunakan dalam buku *Ulama dan Negara-Bangsa* yang meminjam istilah Bryan Turner –*piezation*–(2010) yaitu mendorong kesalehan personal melalui wacana “hijrah” melalui sakralisasi kehidupan sehari-hari dengan mengonsumsi hal-hal yang berbau Islam.

²⁶ Noorhaidi Hasan *et. al*, “*Ulama dan Negara-Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia*,” (Yogyakarta: Pusat Pengkajian Islam, Demokrasi, dan Perdamaian (PusPIDep), 2019), 179-195.

agama. Dengan bermodalkan kemampuan dalam menggunakan dan mengelola media, seseorang dapat membangun otoritas baru²⁷ dengan menjadikan dirinya sebagai orang yang dapat direkomendasikan sebagai tokoh agama. Kenyataan dimana biasanya otoritas agama hanya dipegang oleh da'i dengan pendidikan agama yang ketat seperti ulama tradisional, kini berkat media baru sudah tidak lagi demikian. Namun, hal ini juga tidak diartikan bahwa media baru telah menggeser posisi ulama tradisional, tapi justru menawarkan ulama tradisional untuk ikut mewarnai lanskap otoritas keagamaan di Indonesia kontemporer.²⁸

Perkembangan historis dalam struktur sistem pertelevision menjadi dasar kebangkitan tema-tema Islam dan menyajikan bukti tentang bagaimana industri televisi telah menjadi titik temu antara kepentingan elit media dan tuntutan pasar.²⁹ Komodifikasi agama di media baru telah melahirkan sebuah fenomena yang disebut Islam pasar. Fenomena Islam pasar direfleksikan sebagai peluang untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya oleh berbagai pihak komersial. Halal dan haram menjadi hal utama yang

²⁷ Otoritas baru adalah istilah yang diambil dalam buku Ulama dan Negara-Bangsa yang diartikan sebagai munculnya klaim kekuasaan oleh tokoh agama yang tidak menempuh pendidikan agama Islam secara linear. Klaim kekuasaan ini diperoleh dari kemampuan agamawan dalam menguasai media baru dan memanfaatkannya untuk menciptakan fragmentasi otoritas keagamaan.

²⁸ *Ibid*, 182.

²⁹ Inaya Rakhmani, “*Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, & the Midle Class*,” (Depok: Springer Nature, 2016), 35.

dipertimbangkan dalam mengonsumsi kebutuhan sehari-hari, karena dengan mengonsumsi berbagai produk Islam, seseorang akan merasa dan mengklaim dirinya sebagai seseorang yang Islami.³⁰

Fenomena ustad dan ustadzah masuk dalam ranah dunia entertainment di Indonesia tidaklah menjadi sesuatu hal yang tabu, bahkan sudah menjadi trend. Termasuk keikutsertaan ustaz ustazah sebagai endorser untuk produk-produk komersial telah dijadikan sebagai komoditas dan representasi icon dunia konsumsi. Selain dilihat dari keikutsertaan dalam endorser produk, fenomena ustad seleb juga dapat dilihat dalam program *religi*. Amirudin memandang fenomena ini sebagai dikotomi sakral-profan yang dikemukakan pertama kali oleh Durkheim. Menurutnya, yang sakral mengacu pada representasi kolektif yang mentransedensi kehidupan sehari-hari masyarakat. Sebaliknya, yang profan adalah segala perkara rutin keseharian masyarakat.³¹

Studi sebelumnya menjelaskan bahwa hadirnya media baru telah membawa dua kemungkinan bagi fragmentasi

³⁰ Aliakbar Jafari, “*Muslim Societies in the Age of Mass Consumption : Politics, Culture and Identity between the Local and the Global* [Edited by Johanna Pink],” Review, Journal of Marketing Management, last modified 2014, lihat <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.947730>. (Diakses 3 Januari 2021).

³¹ Niki Hapsari Fatimah, Wiwid Noor Rakhmad, and Triyono Lukmantoro, “*Representasi Figur Ustaz/Ustazah Pada Iklan Televisi*,” Interaksi Online 2, no. 1 (January 31, 2014), lihat <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/4319>. (Diakses 3 Januari 2021).

keagamaan. Kemungkinan pertama yaitu tergesernya otoritas agama pada ulama tradisional atau justru sebaliknya, media baru menjadi kesempatan bagi ulama tradisional untuk dapat beradaptasi dan ikut dalam mewarnai lanskap otoritas kegamaan di Indonesia. Namun, untuk dapat melakukan hal tersebut, ulama tradisional haruslah mampu menciptakan ciri khas dan kepribadian yang dekat dengan masyarakat sehingga kehadirannya dapat diterima dan dijadikan *role model* dalam kehidupan sehari-hari.

Mamah Dede adalah salah satu dari ulama tradisional yang peka terhadap tuntutan modernisasi dan globalisasi. Hal ini didasarkan fakta pada program *dakwahainment* yang dibawakannya di beberapa stasiun televisi. Mamah Dede yang mengawali karirnya di radio, televisi, dan kini merambat ke media sosial menjadikan dirinya sebagai salah satu tokoh yang banyak dikaji oleh beberapa sarjana.

Studi sebelumnya banyak membahas Mamah Dede dari sisi dakwah yang disampaikannya. Pembahasan tersebut mulai dari retorika Mamah Dede pada medium televisi,³² tindak turur advisoris Mamah Dede,³³ analisis

³² Ahmad Zaini, “Retorika Dakwah Mamah Dede dalam Acara ‘Mamah & Aa Beraksi’ Di Indosiar,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2 (2017), 219–234.

³³ Rizki Ayu Maulana, “Tindak Turur Advisoris Mamah Dede Dalam Peristiwa Tutur Ceramah ‘Mamah Dan Aa Beraksi’ di Indosiar”

framing ceramah Mamah Dede h tentang poligami,³⁴ dan lain-lain. Secara garis besar, studi-studi tersebut mengamati mulai dari personality, komunikasi verbal dan non verbal Mamah Dede, pola pemikiran dakwah Mamah Dede, pengemasan *dakwahtainment* Mamah Dede oleh stasiun televisi komersial, komodifikasi agama dalam iklan yang dibintangi Mamah Dede, hingga penyimpangan dan kontroversi dalam dakwah Mamah Dede.

Dakwah Mamah Dede identik dengan pemberian dukungan positif atau motivasi Islam oleh Mamah Dede kepada jamaah. Motivasi Islam disini merupakan salah satu hal penting dalam praktik BKI. Motivasi Islam yang dimaksud sebagaimana yang disampaikan oleh Tadjdin dalam bukunya yang berjudul Motivasi Islami bahwa hendaknya manusia sebagai khalifah dimuka bumi dapat beriman dan bertaqwa serta melakukan hal-hal yang diridhoi Allah seperti menunaikan rukun Islam, memperoleh kekayaan yang halal dan meminjamkannya dijalanan yang baik kepada Allah Yang Maha Kaya agar

(November 13, 2018), lihat <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/87929>. (Diakses 3 Januari 2021).

³⁴ Eko Agoes Setiawan, “*Pesan Dakwah di Media Televisi : Analisis Framing Ceramah Mamah Dede h tentang Poligami pada acara Mamah Aa Beraksi*” (masters, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016), lihat <http://digilib.uinsby.ac.id/14363/>. (Diakses 3 Januari 2021).

mendapatkan martabat dan kemuliaan dari Allah Subhanahu wata'ala.³⁵

F. Metode Penelitian

Waktu yang diperlukan untuk menyusun tesis ini kurang lebih selama 5 bulan terhitung sejak bulan Juli hingga Desember 2020. Penulis mengumpulkan data secara *daring*. Pengumpulan data secara *online* penulis lakukan melalui observasi terhadap akun youtube *Indosiar*, *religione*, *Vice Indonesia*, *C&R digital*, dan *Cumi-cumi*. Penulis mendokumentasikan (*screenshot*) video *dakwahainment* Mamah Dede yang didalamnya terdapat interaksi aktif antara Mamah dan jamaah yang mengandung unsur BKI serta komentar *netizen* terhadap video tersebut.

Video yang penulis pilih berdasarkan kesesuaian dengan praktik BKI serta mewakili dari keseluruhan tema yang dibawakan oleh Mamah Dede untuk menjawab rumusan masalah pertama pada tesis ini. video tersebut meliputi Video ceramah Mamah Dede yang diupload oleh *channel religiOne*, ditayangkan dari *tvOne* berdurasi 47 menit 10 detik dengan tema “*Berzina*”³⁶, Video ceramah Mamah Dede yang diupload oleh *channel Indosiar*, ditayangkan dari stasiun televisi Indosiar berdurasi 12 menit

³⁵ Tadjudin, “*Motivasi Islam*,” (Banten: Kutibin dan Pustaka Aufa Media Tangerang Selatan Banten, 2013), 16.

³⁶ Youtube *religiOne*, lihat https://www.youtube.com/watch?v=IHoBK_6ahgM. (Diakses 6 November 2020).

57 detik dengan tema “*Cerai, Pilihan atau Jawaban*,”³⁷ video ceramah Mamah Dede yang diupload oleh akun youtube atas nama Yulianna Nuraini, berdurasi 1 menit 15 detik dengan judul “*Rumah Mamah Dede Song*,”³⁸ video yang diupload oleh *channel religiOne* yang ditayangkan dari tvOne ini berdurasi 40 menit 35 detik dan fokus pada sesi tanya jawab di menit ke 14 lewat 20 detik dengan tema “*hubungan mertua dan menantu*,”³⁹ video yang diupload oleh *channel religiOne*, berdurasi 42 menit 54 detik dengan judul “*Para Istri Wajib Nonton!! Hak Seorang Suami Yang Perlu Kamu Tahu / Rumah Mamah Dede tvOne*.”⁴⁰

Untuk menjawab rumusan masalah kedua, penulis menggunakan tanggapan *netizen* dalam kolom komentar pada video yang diunggah oleh *channel youtube religiOne* yang berjudul: ‘*Hati-Hati! Orang Yang Suka Adu Domba Tempatnya Neraka Jahanam Rumah Mamah Dede TvOne*,’ kemudian video yang diunggah oleh *channel Vice Indonesia* yang berjudul: “*Bertemu Mamah Dede, Sang Mamah Dakwah Indonesia*,”⁴¹ video yang diunggah oleh *channel youtube C&R Digital* dengan judul: ‘*Permintaan Maaf*

³⁷ Youtube Indosiar, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=P2U2U2gVVTk>. (Diakses 6 November 2020).

³⁸ Youtube Yulianna Nuraini, lihat https://www.youtube.com/watch?v=cLDK9b2LT_k. (Diakses 6 November 2020).

³⁹ Youtube *religiOne*, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=ST6NdQJ1hW4>. (Diakses 6 November 2020).

⁴⁰ Youtube *religiOne*, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=km2mhR0g33U>. (Diakses 6 November 2020).

⁴¹ Youtube Vice Indonesia, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=d3yoDVp0hzc>. (Diakses 28 Desember 2020).

*Mamah Dede Atas Kasus Autis,*⁴² dan terakhir video yang diunggah oleh *channel Cumi-cumi* dengan judul: “*Mamah Dede Minta Maaf – Cumicam 04 Agustus 2015.*”⁴³

Beberapa kali penulis juga memperoleh data melalui akun instagram atas nama @rumahmamahdedeh_tvone yang memberikan informasi dan kesempatan untuk bertanya melalui kolom komentar seputar tema yang akan dibawakan Mamah Dede pada tayangan ceramah selanjutnya. Selain melalui dua metode diatas, penulis juga memperoleh data melalui artikel jurnal yang membahas Mamah Dede dalam berbagai perspektif yang itu dapat penulis gunakan sebagai penjelasan tambahan dalam penelitian ini.

G. Sistematika Pembahasan

Tesis ini tersusun atas empat bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisi tujuh subbab pembahasan antara lain latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan terakhir sistematika pembahasan. Dalam bab ini saya menyampaikan argumen dan kontribusi penelitian

Bab kedua membahas tentang model BKI Mamah Dede di media sosial. Pembahasan dimulai dengan

⁴² Youtube *C&R Digital*, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=3y5X9ElgdKY>. (Diakses 29 Desember 2020).

⁴³ Youtube *Cumi-cumi*, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=Y9FS1xj5Dbo>. (Diakses 29 Desember 2020).

menjelaskan latar belakang Mamah Dede sebagai penceramah perempuan, *dakwahtainment* Mamah Dede, dan retorika konseling Mamah Dede di media.

Bab ketiga membahas tanggapan *netizen* terhadap *dakwahtainment* yang penulis amati sebagai model BKI Mamah Dede di media sosial. Untuk melihat tanggapan baik dari perspektif yang menerima dan mendukung Mamah Dede atau sebaliknya menolak dan menentang Mamah Dede, penulis peroleh melalui *channel youtube Vice Indonesia* yang menampilkan dokumenter *dakwahtainment* Mamah Dede mulai dari pra-acara hingga pasca acara. Selain itu penulis juga melihat komentar *netizen* dari stasiun televisi yang juga memiliki *channel* di youtube seperti *Cumi-cumi*, yang menampilkan video kontraversi Mamah Dede. Dari video yang dikumpulkan ini kemudian penulis peroleh penilaian dan pandangan *netizen* terhadap *dakwahtainment* Mamah Dede.

Bab terakhir berisi kesimpulan penelitian ini secara keseluruhan dari diskusi bab-bab sebelumnya. Di dalam bab ini, penulis menjawab rumusan masalah yang telah penulis sampaikan di bab pertama. Selain itu, penulis juga menyampaikan saran untuk peneliti berikutnya yang akan membahas topik dan objek penelitian terkait.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tesis ini menunjukkan bahwa dalam beberapa kesempatan, fenomena *dakwahainment* Mamah Dede bisa disebut sebagai model bimbingan dan konseling Islam yang bersifat publik, namun dilain sisi masih banyak hal-hal yang harus dibenahi dan dievaluasi, baik oleh Mamah Dede sendiri ataupun program *dakwahainment* yang dibawakannya.

Dalam menyampaikan ceramah, Mamah Dede mengusung ide *rahmatan lil 'alamin* yang dituangkannya melalui nasihat Islam. Adapun tanggapan *netizen* terhadap model bimbingan dan konseling Mamah Dede beraneka ragam. Meskipun keseluruhan menganggap bahwa *dakwahainment* Mamah Dede telah memberikan dampak positif dalam pandangan hidup mereka, namun dilain sisi juga terdapat *netizen* yang beranggapan bahwa Mamah Dede belum mampu untuk memberikan ceramah lantaran sikapnya yang cenderung merasa dirinya lebih baik dan paling dekat dengan Allah subhanahu wata'ala dibandingkan orang lain.

B. Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat melakukan penelitian tentang pengamatan praktik bimbingan dan konseling Islam di media melalui tokoh-tokoh agama lainnya. Jikapun sama-sama meneliti tentang Mamah Dede, sebaiknya untuk melakukan wawancara dan observasi langsung terhadap program *dakwahainment* Mamah Dede.



DAFTAR PUSTAKA

I. BUKU

- Amin, Samsul Munir. *Bimbingan dan Konseling Islam*. Jakarta: Amzah, 2013.
- Amin, Samsul Munir. *Bimbingan dan Konseling Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Hasan, Noorhaidi *et. al*, “*Ulama dan Negara-Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia*,” Yogyakarta: PusPIDep, 2019.
- Lubis, Saiful Akhyar. *Konseling Islami Kyai dan Pesantren*. Yogyakarta: eLSAQ Press, 2007.
- Lubis, Syaiful Akhyar. *Konseling Islam*, eISAQ Press: Yogyakarta, 2007.
- Lubis, Namora Lumongga. *Memahami Dasar-dasar Konseling dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Nurihsan, Achmad Juntika. *Strategi Layanan Bimbingan dan Konseling*, Bandung: PT RefikaAditama, 2007.
- Rakhmani, Inaya.“*Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, & the Midle Class*,” Depok: Springer Nature, 2016
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah*. terj. M. Thalib Jilid 8. Jakarta: Kalam Mulia, 1990.
- Soemiyato. *Hukum Perkawinan Islam dan Undang-undang Perkawinan*. Yogyakarta: Penerbit Liberty. 1982.
- Sutoyo, Anwar. *Bimbingan dan Konseling, (Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Sutoyo, Anwar. *Manusia dalam perspektif al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.
- Tadjudin. *Motivasi Islam*. Banten: Kutibin dan Pustaka Aufa Media Tangerang Selatan Banten, 2013.

Tohorin. *Bimbingan dan Konseling di Sekolah dan Madrasah (berbasis integrasi)*. Edisi Revisi, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

II. ARTIKEL/PAPER.

Artikel/paper dalam jurnal

- Alfian, Muhammad Ivan. "Dakwahtainment: Antara Komersialisasi Media di Balik Ayat Tuhan," *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* Vol. 10, No. 1, 2015.
- Agung Prasetya, Marzuki. "Korelasi Antara Bimbingan Konseling Islam Dan Dakwah." *Addin*, 2014.
- Ainur Rofiq, Arif. "Keterampilan Komunikasi Konseling." *Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan*, 2012.
- Lubis, Saiful Akhyar. "Islamic Counseling: The Services of Mental Health and Education for People Religious Education." *Journal of the Religius Education*, 2011.
- Kaloeti, Dian Veronika Sakti and Halida Aril, "Sentuhan : Bagian Dari Proses Terapeutik," Monograph. Pusat Pemberdayaan Keluarga (PPK), Faculty of Psychology, Diponegoro University, Semarang Central Java-Indonesia, 2017
- Efendi, Mamang. "Pengembangan Media Blog Dalam Layanan Informasi Bimbingan dan Konseling." *Jurnal BK Unesa*, 2013.
- Faiqah, Fatty *et. al*, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2016.
- Fatimah, Niki Hapsari *et. al*, "Representasi Figur Ustaz/Ustazah Pada Iklan Televisi." *Interaksi Online* 2, no. 1, 2014.
- Ifdil. "Konseling Online sebagai Salah Satu Bentuk Pelayanan E-Konseling." *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 2013.

- Ikhwan, Munirul. "Produksi Wacana Islam (Is) Di Indonesia: Revitalisasi Islam Publik dan Politik Muslim," dalam *Literatur Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apropriasi dan Kontestasi*, edited by Noorhaidi Hasan. Yogyakarta:Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018).
- Jafari, Aliakbar. "Muslim Societies in the Age of Mass Consumption : Politics, Culture and Identity between the Local and the Global [Edited by Johanna Pink]." Review. *Journal of Marketing Management*, 2014.
- Jaswadi, Sahroni A. & Kholid Noviyanto. "Gaya Retorika Da'i dan Perilaku Memilih Penceramah." *Jurnal Komunikasi Islam*, 2014.
- Kiptiyah, Siti Mariatul *et. al*, "Islam: Antara Teks , Kuasa, dan Identitas," edited by Sunarwoto. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran, 2019.
- Lubis, Saiful Akhyar. "Islamic Counseling: The Services of Mental Health and Education for People: Religious Education" Vol 106, No 5, 2011.
- Marta, I Nengah. "Retorika dan Penggunaannya dalam Berbagai Bidang." *Jurnal Bahasa, Seni, dan Pengajarannya*, 2010.
- Masaud, Cook *et. al*, "Counseling Muslim Women: Navigating Cultural and Religious Challenges." *Counseling and Values* 55, no, 2011.
- Mohamed, Chawki. "Islam in the Digital Age: Counseling and Fatwas at the Click of a Mouse." *Journal of International Commercial Law and Technology* 5, 2010.
- Sanyata, Sigit. "Perspektif Nilai dalam Konseling : Membangun Interaksi Efektif Antara Konselor - Klien," *Paradigma*, 2006.
- Setiadi, Ahmad. "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi," *Jurnal Humaniora*, 2016.

- Sipahutar, Celvin Moniaga et. al, “Pengalaman Komunikasi Curhat Anonim Bagi Followers @18autobase di Twitter.” *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 2020.
- Sofjan, Dicky. “Gender Construction in Dakwahainment: A Case Study of Hati Ke Hati Bersama Mamah Dedeh.” *Al-Jami’ah: Journal of Islamic Studies*, 2012.
- Suardi. “Urgensi Retorika Dalam Perspektif Islam Dan Persepsi Masyarakat.” *An-Nida Jurnal Pemikiran Islam*, 2017.
- Sugeng Cahyono, Anang. *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Jurnal Publiciana 9, No. 1, 2016.
- Zaini, Ahmad. Retorika Dakwah Mamah Dedeh dalam Acara ‘Mamah & Aa Beraksi’ Di Indosiar,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, no. 2, 2017.
- Zulaikha. “Media Konvensional vs Media Daring: Belajar dari Kasus Acara Tonight Show–Net Tv.” *Jurnal Kajian Media*, 2020.

Paper Dipresentasikan

- Br Sagala, Hairunnisa. “Counseling for Generation Milenial: Practice Digital Counseling.” Paper dipresentasikan dalam Webinar Internasional Asosiasi Bimbingan dan Konseling Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2020.

III. Tesis

- Alimuzdalifah Aisah, Ririn. “Bimbingan dan Konseling Islam dengan Cybercounseling dalam Menangani Dilema Remaja untuk Memilih Pasangan Hidup di Tawang Sari, Taman-Sidoarjo.” *Undergraduate UIN Sunan Ampel SurabayaI*, 2012.

- Billah, Masrun. “Gaya Retorika Ustad Adi Hidayat dalam Ceramah ‘Keluarga yang dirindukan Rosulullah Saw’ pada Media Youtube.” *UndegraduateThesis UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2018.

- Lyansari, Kirana Nur. "Kultur Selebriti, Komodifikasi dan Kesalehan Narasi Hijrah Peggy Melati Sukma," Yogyakarta, Thesis UIN Sunan Kalijaga, 2020.
- Maulana, Rizki Ayu. "Tindak Tutur Advisoris Mamah Dede Dalam Peristiwa Tutur Ceramah 'Mamah Dan Aa Beraksi' Di Indosiar," *Undergraduate Thesis* Universitas Jember, 2018.
- Ngurah Aditya Lesmana, Gusti. "Universitas Indonesia Analisis Pengaruh Media Sosial Twitter terhadap Pembentukan Brand Attachment Studi : Pt. XI Axiata," *Undergraduate Thesis: Universitas Indonesia*, 2012.
- Setiawan, Eko Agoes. "Pesan Dakwah di Media Televisi : Analisis Framing ceramah Mamah Dede tentang Poligami pada acara Mamah Aa Beraksi." masters, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016.

IV. Internet

- Syam. "Group Musik An-Nabawi meriahkan Puncak Pemilihan-Penganugerahan KUA dan Keluarga Sakinah teladan." Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, 2017.
- Jean Burgess and Joshua Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. John Wiley & Sons, 2018.
- Pojoksatu.id "Ini Data Populasi Agama di Dunia, Islam Maju Pesat, sudah dekati Kristen," lihat <https://pojoksatu.id/news/berita-nasional/2020/09/07/ini-data-populasi-agama-di-dunia-islam-maju-pesat-sudah-dekati-kristen/>. (Diakses 24 November 2020).
- PT Viva Media Baru-Viva, "Profil Dede Rosidah - Viva," last modified 40:20 700, accessed September 13, 2020, <https://www.viva.co.id/siapa/read/120-mamah-dedeh>.

Tribunnewswiki.com, “Mamah Dede,” accessed October 19, 2020,
<https://www.tribunnewswiki.com/2020/04/27/mamah-dede>.

V. Youtube

- Youtube C&R Digital, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=3y5X9ElgdKY>. Diakses 29 Desember 2020.
- Youtube Cumi-cumi, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=Y9FSIxj5Dbo>. Diakses 29 Desember 2020.
- Youtube Indosiar, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=P2U2U2gVVtk>. Diakses 6 November 2020.
- Youtube religiOne, lihat <https://www.youtube.com/channel/UCasMZGvChuKk6mIKIsCICJw/playlists>. Diakses 4 November 2020.
- Youtube religiOne, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=9dzhw5qTu1M>. Diakses 29 Desember 2020.
- Youtube *religiOne*, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=km2mhR0g33U>. Diakses 6 November 2020.
- Youtube Vice Indonesia, lihat <https://www.youtube.com/watch?v=d3yoDVp0hzc>. Diakses 28 Desember 2020.
- Youtube Yulianna Nuraini, lihat https://www.youtube.com/watch?v=cLDK9b2LT_k. Diakses 6 November 2020.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

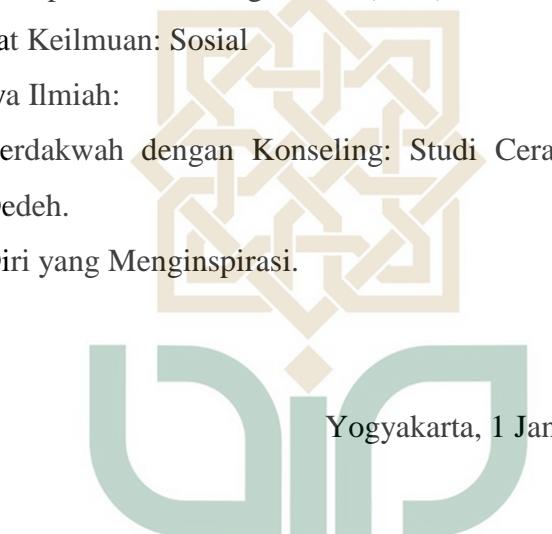
Nama : Melsani
Tempat/tgl. Lahir : Menggala, 23 Maret 1995
Alamat Rumah : Terminal Menggala No 583, RT 003
RW 003 Kel. Menggala Selatan, Kec. Menggala, Kab. Tulang Bawang, Lampung
Nama Ayah : Supardi
Nama Ibu : Yurnani

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

- a. SD 1 Gunung Sakti Menggala 2002-2008
- b. SMPN 1 Menggala 2008-2011
- c. SMAN 2 Menggala 2011-2014
- d. Strata 1 (S1) UIN Raden Intan Lampung 2014-2018
- e. Magister (S2) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2018-2020

- C. Riwayat Pekerjaan
Operator+Guru di TKIT Rabbani Bandar Lampung 2018
- D. Prestasi/penghargaan: Pemateri di Seminar dan Webinar
Kepemudaan ETC
- E. Pengalaman Organisasi
 - 1. SahabatKu Official (e-konseling)
 - 2. Enterpreneur Training Center (ETC)
- F. Minat Keilmuan: Sosial
- G. Karya Ilmiah:
 - 1. Berdakwah dengan Konseling: Studi Ceramah Mamah Dede.
 - 2. Diri yang Menginspirasi.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Melsani, S. Sos