

**VIRTUAL REALITY (VR) SEBAGAI MEDIA DAKWAH DALAM
MEMBANGKITKAN SEMANGAT ‘CINTA RASUL’ PADA JAMA’AH REMAJA DI
REAL MASJID 2.0 YOGYAKARTA**



Oleh:
Dira Ranisa
NIM: 23202011007

TESIS

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA**

**Diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Tesis**

**YOGYAKARTA
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dira Ranisa
NIM : 23202011007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah **tesis** ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Februari 2025

Saya yang menyatakan,



Dira Ranisa

NIM: 23202011007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dira Ranisa
NIM : 23202011007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Februari 2025

Saya yang menyatakan,



Dira Ranisa

NIM: 23202011007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-409/Un.02/DD/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : Virtual Reality (VR) sebagai Media Dakwah dalam Membangkitkan Semangat "Cinta Rasul" pada Jama'ah Remaja di Real Masjid 2.0 Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIRA RANISA, S.Sos.
Nomor Induk Mahasiswa : 23202011007
Telah diujikan pada : Jumat, 07 Maret 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum
SIGNED

Valid ID: 67d3970b7465d



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

Valid ID: 67d24c5de9ef7



Penguji III

Drs. Abdul Rozak, M.Pd
SIGNED

Valid ID: 67d8ddcf5b683



Yogyakarta, 07 Maret 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 67d90d8eeddcf

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Virtual Reality (VR) Sebagai Media Dakwah Dalam Membangkitkan Semangat Cinta Rasul Pada Remaja Jama'ah Di Real Masjid Yogyakarta

Oleh:

Nama : Dira Ranisa
NIM : 23202011007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 27 Februari 2025
Pembimbing,

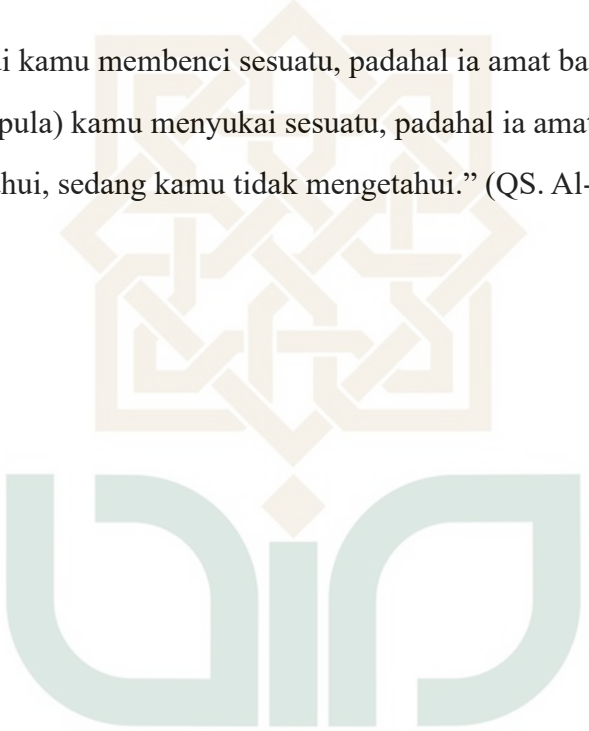
Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum

MOTTO

“Hal yang tak terduga bukan untuk menghalangi langkahmu,
tetapi bisa menjadi pintu menuju kebaikan”

Karena

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu,
dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu;
Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.” (QS. Al-Baqarah: 216)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Karya tulis ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta, suami tercinta, anak-anak tersayang, dan untuk diriku sendiri yang telah menyelesaikan bagian dari perjalanan ini dengan baik dan tetap semangat.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi *virtual reality* (VR) sebagai media dakwah yang dapat membangkitkan semangat cinta rasul pada jama'ah remaja, khususnya generasi Z di Real Masjid Yogyakarta. Terkait hal tersebut, penelitian ini menghadirkan dua rumusan masalah utama; *Pertama*, bagaimana *virtual reality* (VR) sebagai media dakwah dapat membangkitkan semangat cinta rasul pada remaja khususnya jama'ah atau pengunjung di Real Masjid 2.0 Yogyakarta? *Kedua*, bagaimana *engagement* (keterlibatan) jama'ah remaja di Real Masjid 2.0 Yogyakarta dalam menggunakan *virtual reality* (VR) *sirah nabawiyyah*? Dalam rangka memperoleh jawaban terhadap dua rumusan di atas, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggali pengalaman subjektif pengguna *virtual reality* (VR) yang ada di Real Masjid 2.0. Selain itu, penelitian ini juga mengadopsi dua teori utama, yaitu teori determinisme teknologi Mc Luhan dan teori *uses and gratification* Elihu Katz sebagai landasan dasar dalam menganalisa jawaban terhadap pertanyaan rumusan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *virtual reality* (VR) sebagai media dakwah di Real Masjid 2.0 mampu membangkitkan semangat cinta rasul pada jama'ah remaja khususnya kalangan generasi Z melalui dua aspek utama, yaitu aspek media dan aspek pengguna. Dari sisi media, *virtual reality* (VR) menghadirkan lingkungan virtual atau *virtual environment* (VE) *sirah nabawiyyah* yang imersif, di mana elemen visual, audio, dan sentuhan (*haptic*) berperan dalam memberikan pengalaman yang mendalam terhadap *sirah nabawiyyah*. Kehadiran unsur *presence* dalam *virtual reality* (VR), yaitu ilusi bahwa pengguna benar-benar berada dalam lingkungan *sirah nabawiyyah*, turut memperkuat keterlibatan emosional.

Kemudian, Penelitian ini menemukan bahwa *engagement* (keterlibatan) pengguna menjadi faktor dalam memperkuat semangat cinta Rasul yang dibangun melalui *virtual reality*. Hal ini dapat diketahui melalui motivasi dan gratifikasi pengguna dalam menggunakan *virtual reality sirah nabawiyyah*. Keragaman motivasi dan gratifikasi pengguna mempengaruhi intensitas keterlibatan pengguna yang bersifat kognitif dan afektif. Semakin tinggi keterlibatan, semakin besar pula dampak *virtual reality* (VR) dalam menanamkan nilai-nilai keislaman dan kecintaan kepada rasul. Dengan demikian, *virtual reality* (VR) tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan dakwah yang inovatif, tetapi juga menawarkan pendekatan baru yang lebih sesuai dengan karakteristik remaja yang tergolong generasi Z yang cenderung aktif, visual, dan berbasis pengalaman.

Kata Kunci: *Virtual Reality*, Media Dakwah, Cinta Rasul, Jama'ah Remaja (Generasi Z)

ABSTRACT

This study aims to analyze the potential of Virtual Reality (VR) as a da'wah medium that can evoke a sense of love for the Prophet among young congregants, particularly Generation Z, at Real Masjid Yogyakarta. In this regard, the research presents two main problem formulations: How can Virtual Reality (VR) as a da'wah medium evoke the spirit of love for the Prophet among teenagers, particularly congregants or visitors at Real Masjid 2.0 Yogyakarta? Second, how is the engagement of teenage congregants at Real Masjid 2.0 Yogyakarta in using Virtual Reality (VR) for sirah nabawiyyah? To answer these questions, this study employs a qualitative descriptive approach to explore the subjective experiences of Virtual Reality (VR) users at Real Masjid 2.0. Additionally, the study adopts two key theories—McLuhan's technological determinism theory and Elihu Katz's uses and gratification theory—as fundamental frameworks to analyze the responses to the research questions.

The findings indicate that Virtual Reality (VR) as a dakwah medium at Real Masjid 2.0 successfully evokes the spirit of love for the Prophet among teenage congregants, particularly Generation Z, through two main aspects: media and user engagement. From the media aspect, Virtual Reality (VR) presents an immersive virtual environment (VE) of Sirah Nabawiyyah, where visual, audio, and haptic elements contribute to a profound experience of the Prophet's life. The presence element in Virtual Reality (VR), which creates the illusion that users are truly within the Sirah Nabawiyyah environment, further strengthens emotional engagement.

Furthermore, this study finds that user engagement plays a crucial role in reinforcing the love for the Prophet fostered through Virtual Reality. This is evident in users' motivation and gratification when experiencing Virtual Reality (VR) for sirah nabawiyyah. The diversity of users' motivations and gratifications influences the intensity of cognitive and affective engagement. The higher the engagement, the more significant the impact of Virtual Reality (VR) in instilling Islamic values and love for the Prophet. Thus, Virtual Reality (VR) not only serves as an innovative dakwah tool but also offers a new approach that aligns more effectively with the characteristics of Generation Z, who tend to be active, visually oriented, and experience-based learners.

Keywords: Virtual Reality, Dakwah Media, Love for the Prophet, Young Congregants (Generation Z)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan berbagai anugrah dan karunia-Nya. Hanya kepada Allah kita menyembah dan hanya kepada-Nya kita memohon pertolongan. Atas izin dan pertolongan Allah, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“*Virtual Reality (VR)* sebagai Media Dakwah dalam Membangkitkan Semangat Cinta Rasul pada Jama’ah Remaja Di Real Masjid 2.0 Yogyakarta”**. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Sayyida Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat-sahabatnya serta seluruh umatnya.

Proses yang panjang telah penulis lalui guna menyelesaikan penulisan tesis ini. Dimulai dari merencanakan penelitian, merumuskan penelitian, mengajukan judul, mengumpulkan data, menganalisis data, menulis, dan merevisi hasil penelitian. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang diberikan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat penulis menghaturkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan segenap jajarannya.
2. Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
3. Dr. Abdul Rozak, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Khadiq, S.Ag., M.Hum., selaku Sekretaris Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, sekaligus Dosen Pembimbing Tesis yang sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A., selaku Dosen Penasihat Akademis yang dengan sabar membimbing, serta meluangkan waktu konsultasi pada penulis sehingga memperkaya wawasan.
6. Bapak-Ibu Dosen dan seluruh civitas akademika Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Suamiku Mulyazir dan putri-putri kecilku Amira Safwana dan Harumi El-Mahasina yang telah kebersamai penulis dalam menjalani perkuliahan ini.
8. Orang Tua dan Mertua yang turut mendukung serta mendoakan kami dalam proses perkuliahan ini.
9. Segenap keluarga besar penulis yang turut mendoakan kami sekeluarga dalam proses perkuliahan ini.
10. Semua Teman-teman di kelas A dan B Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam yang selalu mendukung, memotivasi, berdiskusi, dan ngopi.
11. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tesis ini yang tidak dapat ditulis satu persatu. Semoga amal ibadahnya dibalas oleh Allah SWT.

Akhirnya, kepada mereka yang tidak penulis sebutkan namanya, hanya maaf dan terima kasih yang bisa penulis sampaikan. Berdoa dan berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan ketulusan mereka kepada penulis. Amin ya rabbal ‘alamin.

Yogyakarta, 27 Februari 2025

Dira Ranisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	6
BAB II: KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Definisi dan Konsep Topik Penelitian	9
1. Media Dakwah.....	9
2. Virtual Reality Sebagai Media Dakwah.....	10
3. Cinta Rasul.....	17
4. Jama'ah Remaja.....	21
B. Penelitian Relevan	23
C. Pengembangan Teori.....	38
D. Kerangka Berpikir.....	45
BAB III: METODE PENELITIAN.....	47
A. Paradigma Penelitian	47
B. Pendekatan Penelitian	49
C. Data dan Sumber Data	50
D. Pengumpulan Data	51

E. Analisis Data.....	53
F. Validasi atau Kroscek Data	57
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
A. Eksistensi Real Masjid 2.0 sebagai Lembaga Dakwah bagi Jama'ah Remaja	59
1. <i>Muslim United</i> sebagai Gagasan Awal Menuju Real Masjid 2.0	60
2. Keterlibatan Remaja dalam Pengelolaan Real Masjid 2.0.....	66
B. Eksistensi <i>Virtual Reality</i> (VR) sebagai Media Dakwah bagi Jama'ah Remaja di Real Masjid 2.0	67
1. Gambaran Perangkat Teknologi <i>Virtual Reality</i> (VR) di Real Masjid 2.0.....	69
2. Potensi dan Tantangan <i>Virtual Reality</i> (VR) sebagai Media Dakwah <i>Sirah</i> <i>Nabawiyah</i> di Real Masjid 2.0	75
C. Eksistensi <i>Virtual Environment</i> sebagai Representasi <i>Sirah Nabawiyah</i> pada Jama'ah Remaja di Real Masjid 2.0.....	79
1. Unsur Imersif dalam <i>Virtual Environment</i> : Visual, Audio, dan Sentuhan (<i>Haptic</i>) sebagai Unsur Media dalam Bangkitnya Semangat Cinta Rasul Jama'ah Remaja	97
2. <i>Presence</i> dalam <i>Virtual Environment</i> : Respon Emosional sebagai Indikator Rasa Hadir dalam <i>Sirah Nabawiyah</i>	114
D. <i>Engagement</i> (Keterlibatan) sebagai Penguat Rasa Terbangkitnya Semangat Cinta Rasul pada Jama'ah Remaja Melalui <i>Virtual Reality</i> (VR) di Real Masjid 2.0.....	119
1. Motivasi Pengguna dalam Mengakses <i>Virtual Reality</i> di Real Masjid 2.0.....	119
2. Gratifikasi atau Kepuasan Pengguna sebagai Pemantik Bangkitnya Semangat Cinta Rasul pada Jama'ah Remaja.....	123
BAB V: PENUTUP.....	133
A. Kesimpulan	133
B. Saran atau Rekomendasi	134
DAFTAR PUSTAKA	136
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penggunaan dan Kepuasan Rosengren	41
Gambar 2. Model Revisi <i>Uses and Gratifications</i> Palmgreen.....	41
Gambar 3. Mapping Penelitian	45
Gambar 4. Perangkat Tiga Dimensi (3D)	69
Gambar 5. Perangkat <i>Virtual Reality</i> (VR) lima Dimensi (5D).....	70
Gambar 6. Visualisasi ka'bah	99
Gambar 7. Visualisasi Gua Tsur.....	100
Gambar 8. Visualisasi Saat di Masjid Al-Aqsa	101
Gambar 9. Visualisasi Saat Nabi Musa dihanyutkan	103
Gambar 10. visualisasi pada saat Membelah Laut.....	103
Gambar 11. Cuplikan pada Visualisasi Kisah Musa	104
Gambar 12. Ilustrasi Proses <i>Virtual Reality</i> sebagai Media Dakwah dalam Membangkitkan Semangat Cinta Rasul	129

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Selama ini, praktik dakwah disampaikan dengan pendekatan konvensional seperti ceramah, media cetak, ataupun konten video yang disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial (Purbajati, 2021, hlm. 213). Namun, *Virtual Reality* (VR) sebagai medium baru yang inovatif, mampu melampaui batasan media dakwah tradisional, yang memungkinkan audiens tidak sekedar menjadi penerima pesan pasif, melainkan partisipan aktif yang terlibat dalam proses transmisi pesan-pesan keagamaan (Abu dkk., 2024, hlm. 561; Rahimah, 2024, hlm. 68).

Melalui teknologi *Virtual Reality* (VR), audiens tidak hanya menerima narasi dakwah secara normatif, tetapi dapat merasakan, berinteraksi, dan mengeksplorasi pesan keagamaan secara mendalam, serta menghadirkan model komunikasi keagamaan yang lebih personal, interaktif, dan bermakna. Hal ini menjadikan *Virtual Reality* (VR) tidak sekedar menjadi alternatif media dakwah, melainkan representasi transformatif dari metode komunikasi keagamaan yang mampu melampaui keterbatasan pada media konvensional (Ibrahim & Juhari, 2019, hlm. 12; Ulrich, 2015, hlm. 6).

Kehadiran *Virtual Reality* (VR) dalam konteks dakwah tidak sekedar memperkenalkan teknologi baru, akan tetapi juga menawarkan solusi inovatif terhadap tantangan transmisi pesan keagamaan pada generasi digital, terutama remaja yang tergolong generasi Z. Generasi yang tumbuh di era digital yang

kompleks ini, kerap mengalami alienasi dari nilai-nilai keagamaan yang menimbulkan kesenjangan (*gap*) maupun perbedaan pemahaman keagamaan dengan generasi sebelumnya (Mahmud, 2024, hlm. 280; PPIM UIN Jakarta, 2021; Vita Juanita, 2023, hlm. 2; Yunita Faella Nisa dkk., 2018, hlm. 11) bahkan generasi ini juga cenderung fanatik terhadap K-Pop (Rahma & Fauzi, 2023, hlm. 130) dan mengidolakan apa yang ditemukan di media sosial (Apriliyanti dkk., 2023, hlm. 153). Karakter Generasi Z—yang cenderung berhubungan erat dengan teknologi—menuntut adanya pembaharuan dalam metode dakwah. Dalam hal ini, *Virtual Reality* (VR) dianggap mempunyai potensi transformatif unik, yang dapat menawarkan solusi terhadap permasalahan tersebut.

Dalam konteks Indonesia, penerapan *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah mulai menunjukkan perkembangan yang signifikan, dengan Real Masjid 2.0 yang berada di Condong Catur Yogyakarta menjadi salah satu pionir inovatif dalam mengadaptasi teknologi imersif di ranah keagamaan terutama *sirah nabawiyah*. Real Masjid 2.0 merupakan sebuah masjid yang berdiri pada akhir tahun 2020 dengan visi inklusif dalam membangun komunitas keagamaan.

Sejak tahun 2021, institusi ini telah menghadirkan teknologi yang mengembangkan pengalaman *sirah nabawiyah* berbasis teknologi tiga dimensi (3D) dan lima dimensi (5D), secara strategi ditargetkan pada demografik generasi Z. Melalui media *Virtual Reality* (VR) tersebut, pengunjung dihadirkan dalam konstruksi naratif spiritual yang memungkinkan partisipasi aktif dan pengalaman imersi yang mendalam, tidak hanya

menceritakan kisah Nabi, tetapi mentransformasi hubungan emosional generasi muda dengan sosok Rasulullah atau memperkuat keterikatan emosional melalui pengalaman pada media tersebut.

Pengalaman pribadi penulis dalam mengeksplorasi media *Virtual Reality* (VR) di Real Masjid 2.0 mengonfirmasi potensi teknologi ini dalam menciptakan ruang simulatif yang memungkinkan pengguna secara psikologis ikut merasakan perjalanan kehidupan Nabi. Metode penyajian inovatif ini cenderung dapat mengatasi keterbatasan media dakwah konvensional, dengan menghadirkan pengalaman yang lebih personal, imersif, dan interaktif.

Ketika pengguna media *Virtual Reality* (VR) dihadapkan dalam konteks sejarah kehidupan Nabi—ikut merasakan tantangan, keberanian, dan keteguhan pribadinya—tercipta koneksi emosional yang dapat melampaui pemahaman kognitif sehingga dapat membangkitkan rasa kedekatan, empati, dan kerinduan kepada Rasulullah. Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini secara khusus bermaksud untuk mengeksplorasi peran *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah dalam membangkitkan semangat cinta rasul terhadap jama'ah remaja.

Saat ini teknologi *Virtual Reality* (VR) terus mengalami perkembangan. Sejauh ini, penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan *Virtual Reality* (VR) dapat dikelompokkan kepada dua kecenderungan utama. Pertama, kajian yang membahas implikasi dari *Virtual Reality* (VR). Dalam hal ini, *Virtual Reality* (VR) dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap pendidikan di Indonesia khususnya, baik pendidikan umum (Charles dkk., 2023, hlm. 51) maupun pendidikan Islami (Asril dkk., 2023, hlm. 206). *Virtual Reality* (VR)

ini juga dianggap dapat memberikan pengaruh terhadap induksi emosi para pengguna, baik yang bersifat positif maupun negatif, seperti menumbuhkan motivasi para siswa dalam pembelajaran (Jiang & Fryer, 2024, hlm. 367), mengurangi kecemasan dan ketakutan remaja yang dalam masa perawatan (Karujan dkk., 2023, hlm. 758), maupun bentuk-bentuk emosi lainnya, seperti kegembiraan, kemarahan, maupun kebosanan (Felnhofer dkk., 2015, hlm. 55).

Kedua, kajian yang menggolongkan *Virtual Reality* (VR) sebagai sebuah media. Dalam hal ini, *Virtual Reality* (VR) dianggap sebagai sebuah media yang dapat digunakan untuk mempromosikan wisata, industri arsitektur (Jang dkk., 2023, hlm. 12; Syafril, 2019, hlm. 29–30), ritus Sejarah (Junaedi dkk., 2023, hlm. 50–56), aktivitas simulasi (Johari dkk., 2024, hlm. 178–187), media terapis (Tsani dkk., 2019, hlm. 1–9), dan media komunikasi (Dzardanova dkk., 2022, hlm. 754–755; McLay, 2010, hlm. 37–53) seperti retorika visual (Ulrich, 2015, hlm. 5–18). Sementara itu, kajian yang secara spesifik membahas tentang penggunaan *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah terkait dengan *sirah nabawiyyah* masih luput dari perhatian para peneliti.

Penelitian ini berangkat dari hipotesis bahwa transformasi media dakwah melalui *Virtual Reality* (VR) bukan sekedar persoalan teknologi, melainkan upaya dalam menjembatani penyampaian pesan-pesan keagamaan kepada generasi digital, khususnya jama'ah remaja ataupun generasi Z. Sementara kajian sebelumnya telah mengeksplorasi penerapan *Virtual Reality* (VR) dalam berbagai konteks, namun penggunaan teknologi ini dalam konteks *sirah nabawiyyah* cenderung belum tereksplorasi secara komprehensif.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah transformatif yang mampu membangkitkan semangat cinta kepada Rasul pada jama'ah remaja melalui pengalaman imersif yang bersifat personal dan interaktif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan memfokuskan pembahasan pada rumusan masalah sebagai berikut;

1. Bagaimana *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah dapat membangkitkan semangat cinta rasul pada remaja khususnya jama'ah atau pengunjung di Real Masjid 2.0 Yogyakarta?
2. Bagaimana *engagement* (keterlibatan) jama'ah remaja di Real Masjid 2.0 Yogyakarta dalam menggunakan *Virtual Reality* (VR) *sirah nabawiyyah*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Mengeksplorasi dan mendeskripsikan secara komprehensif bagaimana *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah dapat membangkitkan semangat cinta rasul pada remaja khususnya jama'ah atau pengunjung Real Masjid 2.0 Yogyakarta.
2. Menganalisa secara kritis mengenai *engagement* (keterlibatan) jama'ah remaja di Real Masjid 2.0 dalam menggunakan *Virtual Reality* (VR) *sirah nabawiyyah*.

D. Kegunaan dan Manfaat penelitian

Sedangkan kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan dengan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Dari segi teoritis dapat berkontribusi untuk pengembangan literatur dalam bidang komunikasi dan dakwah, khususnya terkait bidang teknologi.
2. Dari segi praktis, penelitian ini bermanfaat untuk memberikan dasar pengembangan lebih lanjut bagi penggiat dakwah dalam implementasi *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah dalam membangkitkan semangat cinta Rasul pada jama'ah remaja khususnya generasi Z dan generasi mendatang.

E. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis, di mana setiap bab memiliki peran penting dalam mendalami topik penelitian. Bab pertama merupakan bagian pendahuluan yang menguraikan latar belakang permasalahan serta urgensi penelitian ini. Dalam bab ini juga dijelaskan rumusan masalah, tujuan penelitian, serta kegunaan atau manfaat yang diharapkan. Selain itu, sistematika pembahasan tesis ini turut dipaparkan untuk memberikan gambaran alur penelitian secara keseluruhan.

Bab kedua membahas kajian pustaka yang mencakup definisi dan konsep yang relevan dengan penelitian ini. Selain itu, bab ini mengulas penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang diangkat, serta teori-teori

yang mendukung analisis dalam penelitian ini. Dengan demikian, kajian pustaka ini menjadi dasar teoretis dalam membahas permasalahan yang dikaji.

Bab ketiga menguraikan metodologi penelitian yang digunakan dalam studi ini. Pembahasan mencakup paradigma penelitian, pendekatan yang diterapkan, serta sumber data yang dijadikan dasar analisis. Teknik pengumpulan data dan metode analisis data juga dijelaskan secara rinci guna memastikan bahwa penelitian ini dapat menghasilkan temuan yang valid dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Bab keempat menyajikan analisis mendalam mengenai pengalaman emosional jamaa'ah remaja dalam menggunakan *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah, khususnya dalam memahami *sirah nabawiyyah*. Bab ini juga membahas perkembangan media dakwah secara umum serta bagaimana teknologi *Virtual Reality* (VR) dapat berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan dakwah. Selain itu, karakteristik *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah yang mampu membangkitkan semangat cinta Rasul di kalangan remaja turut dianalisis. Penelitian ini menyoroti bagaimana elemen-elemen dalam *Virtual Reality* (VR) berinteraksi dengan karakteristik pengunjung atau jama'ah yang tergolong remaja sehingga membentuk pengalaman yang dapat mempengaruhi pemahaman dan perasaan mereka terhadap sosok Nabi Muhammad SAW. Faktor-faktor yang berkontribusi dalam membangun semangat cinta Rasul melalui *Virtual Reality* (VR) juga diuraikan secara mendalam.

Bab kelima merupakan bagian penutup yang merangkum kesimpulan dari penelitian ini. Selain itu, bab ini menyajikan rekomendasi berupa saran untuk penelitian lebih lanjut terkait pemanfaatan *Virtual Reality* (VR) dalam dakwah serta peluang eksplorasi yang dapat dikembangkan di masa mendatang. Diharapkan, bab ini dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan studi dakwah berbasis teknologi digital seperti *Virtual Reality* (VR).



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan dua Kesimpulan sebagai berikut:

1. *Virtual Reality* (VR) sebagai media dakwah di Real Masjid 2.0 mampu membangkitkan semangat cinta rasul pada jama'ah remaja khususnya kalangan generasi Z melalui dua aspek utama, yaitu aspek media dan aspek pengguna. Dari sisi media, *virtual reality* menghadirkan lingkungan virtual (VE) *sirah nabawiyyah* yang imersif, di mana elemen visual, audio, dan sentuhan (*haptic*) berperan dalam memberikan pengalaman yang mendalam terhadap *sirah nabawiyyah*. Kehadiran unsur *presence* dalam *virtual reality*, yaitu ilusi bahwa pengguna benar-benar berada dalam lingkungan *sirah nabawiyyah*, turut memperkuat keterlibatan emosional. Kombinasi dari elemen-elemen ini memungkinkan jama'ah remaja untuk tidak hanya memahami sejarah Nabi secara tekstual, tetapi juga menghayatinya secara langsung dalam ruang virtual yang realistis dan interaktif.
2. Penelitian ini menemukan bahwa *engagement* (keterlibatan) pengguna menjadi faktor dalam memperkuat semangat cinta Rasul yang dibangun melalui *virtual reality*. Hal ini dapat diketahui melalui motivasi dan gratifikasi pengguna dalam menggunakan *virtual reality sirah*

nabawiyyah. Keragaman motivasi dan gratifikasi pengguna mempengaruhi intensitas keterlibatan pengguna yang bersifat kognitif dan afektif dan pada akhirnya berimplikasi terhadap peningkatan pengalaman dakwah yang lebih mendalam dan berkesan, serta menjadi dasar bagi pengembangan media dakwah berbasis teknologi yang lebih efektif di masa depan. Semakin tinggi keterlibatan, semakin besar pula dampak *virtual reality* dalam menanamkan nilai-nilai keislaman dan kecintaan kepada rasul. Dengan demikian, *virtual reality* tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan dakwah yang inovatif, tetapi juga menawarkan pendekatan baru yang lebih sesuai dengan karakteristik remaja yang tergolong generasi Z yang cenderung aktif, visual, dan berbasis pengalaman.

B. Saran atau Rekomendasi

Sebagai bagian dari penutup, penelitian ini memberikan saran dan rekomendasi untuk pengembangan penggunaan Virtual Reality (VR) sebagai media dakwah di *Real Masjid 2.0* Yogyakarta dan penelitian serupa di masa depan. Secara teoritis, penelitian ini menegaskan bahwa media imersif dapat memperkuat keterlibatan emosional dan pemahaman audiens terhadap *sirah nabawiyyah*. Oleh karena itu, studi lanjutan diharapkan dapat mengembangkan teori religious digital experience, mengkaji interaksi imersifitas media dengan user engagement, serta memperluas pemahaman tentang presence dalam *virtual reality* untuk membentuk pengalaman spiritual yang lebih mendalam.

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pengelola *Real Masjid 2.0*, dai, dan lembaga dakwah dalam mengoptimalkan *virtual reality* sebagai media dakwah interaktif. Beberapa rekomendasi meliputi pengembangan konten *virtual reality* yang lebih interaktif, peningkatan aksesibilitas teknologi melalui perangkat di masjid atau aplikasi mandiri, serta pelatihan bagi dai agar dapat memanfaatkan *virtual reality* secara efektif. Evaluasi berkala juga diperlukan untuk menilai dampak *virtual reality* terhadap pemahaman dan perilaku keagamaan.

Untuk penelitian lanjutan, eksplorasi lebih jauh dapat dilakukan dengan membandingkan efektivitas *virtual reality* dengan media dakwah lainnya, menganalisis dampak emosional dan kognitif *virtual reality* dalam pengalaman religius, serta meneliti teknologi imersif lain seperti AR, MR, atau Metaverse dalam dakwah. Studi longitudinal juga diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang *virtual reality* terhadap pemahaman dan perilaku keagamaan. Dengan pengembangan lebih lanjut, *virtual reality* dapat menjadi bagian integral dalam strategi komunikasi dakwah di era digital. Sebagai bagian dari penutup dalam penelitian ini, beberapa saran dan rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan untuk pengembangan lebih lanjut dalam penggunaan *Virtual Reality* sebagai media dakwah di *Real Masjid 2.0* Yogyakarta serta penelitian serupa di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- AA. (2025, Januari 19). *Wawancara* [Yogyakarta].
- Abdusshomad, A. (2024). Efektivitas Dakwah Ustaz Influencer di Media Sosial dalam Meningkatkan Religiusitas Generasi Z di Indonesia. *Al-Muqaddimah: Journal Islamic Studies*, 15(5), 63–75.
- Abu, A. N., Walid Mohd Said, Nur Anisah Mohd Halim, & Nur Irdina Ideris. (2024). Penghayatan Sirah Nabi Muhammad SAW Melalui Penggunaan Virtual Reality. *E-Prosiding Persidangan Antarabangsa Sains Sosial & Kemanusiaan*, 9(9), 553–563.
- AG. (2025, Januari 17). *Wawancara* [Yogyakarta].
- al-Jauziyyah, I. Q. (2012). *Taman Orang-Orang Jatuh Cinta dan Memendam Rindu* (19 ed.). PT Darul Falah.
- Alexander, A. L., Brunyé, T., Sidman, J., & Weil, S. A. (2005). From Gaming to Training: A Review of Studies on Fidelity, Immersion, Presence, and Buy-in and Their Effects on Transfer in PC-Based Simulations and Games. *DARWARS Training Impact Group*.
https://www.researchgate.net/publication/228374028_From_Gaming_to_Training_A_Review_of_Studies_on_Fidelity_Immersion_Presence_and_Buy-in_and_Their_Effects_on_Transfer_in_PC-Based_Simulations_and_Games
- al-Mazru'i, I. bin A. (2017). *Mahabbah Ar-Rasul Baina Al-Ittiba' wa Al-Ibtida'*. Baitul Afkar wa al-Dawliyah.
- Apriliyanti, N. N., Aang, F. A. M., Ramdhani, M. R., & Fauziah, S. P. (2023). Menumbuhkan Cinta Nabi Muhammad Kepada Anak-anak Melalui Syair Kisah Sang Rasul. *Educivilia: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(2), 153–161. <https://doi.org/10.30997/ejpm.v4i2.7456>
- Asril, Z., Syafril, S., Engkizar, E., & Arifin, Z. (2023). Advancing Educational Practices: Implementation and Impact of Virtual Reality in Islamic Religious Education. *Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 199–210. <https://doi.org/10.15575/jpi.v9i2.20567>
- Asy'ari, M. H. (1927). *An-Nur Al-Mubin: Fi Mahabbah Sayyidi Al-Mursalin*. Al-Turots Al-Islami.
- Azwar & Iskandar. (2024). Dakwah Islam bagi Gen-Z: Peluang, Tantangan, dan Strategi. *DIRASAH: Jurnal Kajian slam*, 1(1), 17–38.
- Bachri, B. S. (2010). Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Akuntansi*, 10(1).
- Ball, C., Huang, K.-T., & Francis, J. (2021). Virtual reality adoption during the COVID-19 pandemic: A uses and gratifications perspective. *Telematics and Informatics*, 65, 101728. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101728>

- Cangara, H. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (3 ed.). Rajawali Pers.
- Charles, C., Yosuky, D., Rachmi, T. S., & Eryc, E. (2023). Analisa Pengaruh Virtual Reality Terhadap Perkembangan Pendidikan Indonesia. *Journal Innovation In Education*, 1(3), 40–53. <https://doi.org/10.59841/inoved.v1i3.206>
- Chawla, N., Gupta, N., & Choudhary, K. (2013). Virtual Reality -living the “CAVE” Again. *Virtual Reality*, 3(6), 555–560.
- Chirico, A., Cipresso, P., Yaden, D. B., Biassoni, F., Riva, G., & Gaggioli, A. (2017). Effectiveness of Immersive Videos in Inducing Awe: An Experimental Study. *Scientific Reports*, 7(1), 12–18. <https://doi.org/10.1038/s41598-017-01242-0>
- Chirico, A., Yaden, D. B., Riva, G., & Gaggioli, A. (2016). The Potential of Virtual Reality for the Investigation of Awe. *Frontiers in Psychology*, 7. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01766>
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (A. Fawaih, Penerj.). Pustaka Pelajar.
- Dalgarno, B., & Lee, M. J. W. (2010). What are the learning affordances of 3-D virtual environments? *British Journal of Educational Technology*, 41(1), 10–32. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8535.2009.01038.x>
- Deshmukh, J., Bhagvan Gavade, Tandale, P. G., & N K Nrip. (2023). *Virtual Reality in Education*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.7748468>
- Dimmick, J., Chen, Y., & Li, Z. (2004). Competition Between the Internet and Traditional News Media: The Gratification-Opportunities Niche Dimension. *Journal of Media Economics*, 17(1), 19–33. https://doi.org/10.1207/s15327736me1701_2
- Ding, N., Zhou, W., & Fung, A. Y. H. (2018). Emotional effect of cinematic VR compared with traditional 2D film. *Telematics and Informatics*, 35(6), 1572–1579. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.04.003>
- Dzardanova, E., Kasapakis, V., Gavalas, D., & Sylaiou, S. (2022). Virtual reality as a communication medium: A comparative study of forced compliance in virtual reality versus physical world. *Virtual Reality*, 26(2), 737–757. <https://doi.org/10.1007/s10055-021-00564-9>
- Elvina, S. N., Saputra, R., & Fitri, W. (2022). Strategi Dakwah Husein Ja’far al Hadar terhadap. *Al Imam: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 13–24.
- Fakhruroji, M. (2019). Digitalizing Islamic lectures: Islamic apps and religious engagement in contemporary Indonesia. *Contemporary Islam*, 13(2), 201–215. <https://doi.org/10.1007/s11562-018-0427-9>
- Felnhofer, A., Kothgassner, O. D., Schmidt, M., Heinzle, A.-K., Beutl, L., Hlavacs, H., & Kryspin-Exner, I. (2015). Is virtual reality emotionally arousing? Investigating five emotion inducing virtual park scenarios. *International Journal of Human-Computer Studies*, 82, 48–56. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2015.05.004>

- Gallego, M. D., Bueno, S., & Noyes, J. (2016). Second Life adoption in education: A motivational model based on Uses and Gratifications theory. *Computers & Education, 100*, 81–93. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.05.001>
- Gilbert, S. B. (2016). Perceived Realism of Virtual Environments Depends on Authenticity. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments, 25*(4), 322–324. https://doi.org/10.1162/PRES_a_00276
- Golzar, J., Noor, S., & Tajik, O. (2022). Convenience Sampling. *International Journal of Education Language Studies, 1*(2). <https://doi.org/10.22034/ijels.2022.162981>
- Gracia, K. (2019). *Penggunaan dan Kepuasan dalam Mengakses Berita di Media Konvensional dan Media Baru (Studi Kasus pada Penyandang Disabilitas Tuli)* [Multimedia Nusantara]. <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/11624>
- Healey, M., & Jenkins, A. (2000). Kolb's Experiential Learning Theory and Its Application in Geography in Higher Education. *Journal of Geography, 99*(5), 185–195. <https://doi.org/10.1080/00221340008978967>
- HN. (2025, Januari 28). *Wawancara* [Yogyakarta].
- Hude, M. D. (2006). *Emosi: Penjelajahan religio-psikologis tentang Emosi Manusia di Dalam Al-Qur'an*. Penerbit Erlangga.
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratification Theory*. USU Press.
- Iba, Z. (2023). Teknik Pengumpulan Data. Dalam A. Wardhana (Ed.), *Metode Penelitian* (1 ed., hlm. 242). Eureka Media Aksara.
- Ibrahim, E. N. M., & Juhari, S. (2019). A Preliminary Study on 3600 Immersive Virtual Reality (IVR) vs Non—Immersive Virtual Reality (N-IVR) of Event Marketing. *International Journal of Advanced Trends in Computer Science and Engineering, 8*(1.6), 9–13. <https://doi.org/10.30534/ijatcse/2019/0281.62019>
- Imam, F., Puteri, F. P., & Nugraha, F. S. (2017). *Pengembangan dan Usability Testing Aplikasi Semi- Immersive Virtual Reality untuk Pembelajaran Sejarah*.
- Jafar, M. (2023). Peluang dan Tantangan Berdakwah Melalui Media Teknologi di Era 4.0. *Universal Grace Journal, 1*(1), 138–146.
- Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 7*(3), 26330.
- Jan, A., Shakirullah, S., Naz, S., Khan, O., & Khan, A. Q. (2020). Marshal McLuhan's Technological Determinism Theory In The Arena Of Social Media. *Theoretical and Practical Research in the Economic Fields, 11*(2), 133. [https://doi.org/10.14505/tpref.v11.2\(22\).07](https://doi.org/10.14505/tpref.v11.2(22).07)

- Jang, S.-Y., Park, J., Engberg, M., MacIntyre, B., & Bolter, J. D. (2023). RealityMedia: Immersive technology and narrative space. *Frontiers in Virtual Reality*, 4, 1–13. <https://doi.org/10.3389/frvir.2023.1155700>
- Jeral, J. (2016). *The VR Book*. ACM Books & MC.
- Jiang, J., & Fryer, L. K. (2024). The effect of virtual reality learning on students' motivation: A scoping review. *Journal of Computer Assisted Learning*, 40(1), 360–373. <https://doi.org/10.1111/jcal.12885>
- Johari, N. F. M., Ishak, N. H., Zaini, H., & Zain, M. M. (2024). Virtual Simulation for Flight Emergency Water Landing: A Usability Assessment. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 46(2), 178–187. <https://doi.org/10.37934/araset.46.2.178187>
- Junaedi, E., Adiyati, N., & Ramadhan, A. M. (2023). Pengembangan Virtual Reality Sebagai Media Promosi Wisata Religi Bangunan Bersejarah Di Banten. *SeNTIK*, 7(1), 50–56.
- Karujan, E., Wanda, D., & Rachmawati, I. N. (2023). Virtual Reality dalam Menurunkan Kecemasan dan Ketakutan pada Anak Usia Sekolah dan Remaja yang Dirawat. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 5(1), 752–760. <https://doi.org/10.31539/joting.v5i1.5614>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kim, M. J., Lee, C.-K., & Preis, M. W. (2020). The impact of innovation and gratification on authentic experience, subjective well-being, and behavioral intention in tourism virtual reality: The moderating role of technology readiness. *Telematics and Informatics*, 49(4), 101349. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101349>
- Kim, S. J., Laine, T. H., & Suk, H. J. (2021). Presence Effects in Virtual Reality Based on User Characteristics: Attention, Enjoyment, and Memory. *Electronics*, 10(9), 1051. <https://doi.org/10.3390/electronics10091051>
- Kuswarno, E. (2010). *Penerapan Metodologi Penelitian Fenomenologi Dalam Studi Komunikasi* [Power Point]. Kuliah Tamu, Universitas Muhammadiyah Malang. file:///D:/Magister%20Komunikasi%20Dan%20Penyiaran%20Islam%20UINSK/SEMESTER%203/Seminar%20Proposal/ilide.info-paradigma-penelitian-kualitatif-fenomenologi-pr_f7c34270b72ed04545794eb0d80c71ac.pdf
- Leksono, S. (2013). *Pendekatan Deskriptif*. Raja Grafindo Persada.
- Lin, H.-F., & Chen, C.-H. (2017). Combining the Technology Acceptance Model and Uses and Gratifications Theory to examine the usage behavior of an Augmented Reality

Tour-sharing Application. *Symmetry*, 9(7), 113.
<https://doi.org/10.3390/sym9070113>

Mahmud, A. (2024). Krisis Identitas di Kalangan Generasi Z dalam Perspektif Patologi Sosial pada Era Media Sosial. *Jurnal Ushuluddin: Dialog Media Pemikiran Islam*, 6(2). <https://doi.org/10.24252/jumdpi.v26i2.51032>

Malthouse, E. C., Haenlein, M., Skiera, B., Wege, E., & Zhang, M. (2013). Managing Customer Relationships in the Social Media Era: Introducing the Social CRM House. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 270–280.
<https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.09.008>

Marshall McLuhan. (2013). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Gingko Press.

Marshall McLuhan & Quentin Fiore. (1996). *The Medium Is The Massage*. Jerome Agel.

McLay, A. (2010). Realising Virtual Reality: A Reflection on the Continuing Evolution of New Media. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 2(3), 37–53. <https://doi.org/10.4018/jskd.2010070104>

McLuhan, M. (2013). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Gingko Press.
https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/667112/mod_resource/content/1/metode%20cipta.pdf

Mehrad, J., & Tajer, P. (2016). Uses and Gratification Theory in Connection with Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model. *International Journal of Information Science and Management*, 14(2), 1–14.

Meivina, A. A. (2022). *Motif dan Perilaku Menonton Film Online Mahasiswa dalam Perspektif Teori Uses and Gratifications*. a UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitatif Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3 ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.

Mukarom, Z., Rosyidi, I., & Muzzammil, F. (2020). Mediatization Of Da'wah In Disruption Era (Study Of Islamic Da'wah In Social Media). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 4(9), 190–202.

NA. (2025, Januari 31). *Wawancara* [Yogyakarta].

Nabillah, A., & Romadi, P. (2024). Dakwah pada Generasi Z di Media Sosial: Studi Netnografi pada Akun TikTok Agama Fachrul. *Idarotuna*, 6(1), 51.
<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.24625>

Nissim, Y., & Weissbluth, E. (2017). Virtual Reality (VR) as a Source for Self-Efficacy in Teacher Training. *International Education Studies*, 10(8), 52.
<https://doi.org/10.5539/ies.v10n8p52>

- Nurdin, H. S. (2018). Media Sebagai Sarana Komunikasi Dalam Berdakwah. *Ta'dib*, 16(2), 42–57. <https://doi.org/10.37216/tadib.v16i2.195>
- O'Brien, H. L., & Toms, E. G. (2008). What is user engagement? A conceptual framework for defining user engagement with technology. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 59(6), 938–955. <https://doi.org/10.1002/asi.20801>
- PA. (2025, Januari 29). *Wawancara* [Yogyakarta].
- Pattiselanno, D. H. P., Pinandito, A., & Mursityo, Y. T. (2023). Analisis Uses and Gratifications Mahasiswa dalam Mencari Sumber Pembelajaran di Media Sosial. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 7(1), 186–191.
- Pelletier, M. J., Krallman, A., Adams, F. G., & Hancock, T. (2020). One size doesn't fit all: A uses and gratifications analysis of social media platforms. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(2), 269–284. <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2019-0159>
- Petroski, K. (2018). *Fiction and the Languages of Law: Understanding Contemporary Legal Discourse* (1 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351163842>
- PPIM UIN Jakarta. (2021). *Beragama Ala Anak Muda: Ritual No, Konservatif Yes*. Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat UIN Jakarta. <https://ppim.uinjkt.ac.id/2021/12/09/launching-hasil-penelitian-ppim-uin-jakarta-beragama-ala-anak-muda-ritual-no-konservatif-yes/>
- Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam Di Era Modern. *Modeling: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 213.
- Rahimah. (2024). Dakwah Melalui Teknologi VR Dan AR: Transformasi Media Dalam Menyampaikan Pesan Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi Balayudha*, 4(2), 69–83.
- Rahma, M. D., & Fauzi, A. M. (2023). Fanatisme Remaja Penggemar Musik Populer Korea (K-Pop) Pada Budaya K-Pop Dalam Komunitas Exo-L Di Surabaya. *Paradigma*, 12(01). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/55477>
- Rakhmat, J. (2001). *Rindu Rasul Meraih Cinta Ilahi Melalui Syafaat Nabi SAW*. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J., & Ibrahim, I. S. (2016). *Metode Penelitian komunikasi* (2 ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Ridha, A. (2004). *Memasuki Makna Cinta* (3 ed.). Pustaka Pelajar.
- Riva, G., Mantovani, F., Capideville, C. S., Preziosa, A., Morganti, F., Villani, D., Gaggioli, A., Botella, C., & Alcañiz, M. (2007). Affective Interactions Using Virtual Reality: The Link between Presence and Emotions. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 45–56. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9993>

- Rogozovs, N., & Meirans, I. (2020). Virtual Reality. *Human. Environment. Technologies. Proceedings of the Students International Scientific and Practical Conference*, 24, 95–98. <https://doi.org/10.17770/het2020.24.6757>
- Sabila, I., Ulpa, M., Andini, M., Amelia, N. P., Agustari, W., Asbari, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2022). The Character Education Based on Pancasila in the Generation Z. *Journal of Community Service and Engagement(JOCOSAE)*, 2(5), 11–16.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif* (1 ed.). Pustaka Ramadhan.
- Samson, A. C., Kreibig, S. D., Soderstrom, B., Wade, A. A., & Gross, J. J. (2016). Eliciting positive, negative and mixed emotional states: A film library for affective scientists. *Cognition and Emotion*, 30(5), 827–856. <https://doi.org/10.1080/02699931.2015.1031089>
- Santosa, E. T. (2015). *Raising Children In Digital Era* (1 ed.). PT Elex Media.
- Saputra, W. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah* (2 ed.). Rajawali Pers.
- Slater, M. (2009). Place illusion and plausibility can lead to realistic behaviour in immersive virtual environments. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 364(1535), 3549–3557. <https://doi.org/10.1098/rstb.2009.0138>
- Slater, M., & Usoh, M. (1993). Representations Systems, Perceptual Position, and Presence in Immersive Virtual Environments. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 2(3), 221–233. <https://doi.org/10.1162/pres.1993.2.3.221>
- Steuer, J. (1992). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication*, 42(4), 73–93. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1992.tb00812.x>
- Stillman, D., & Stillman, J. (2019). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja* (4 ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Stuart, R. (2001). *The Design of Virtual Environments* (1 ed.). Barricade Books Inc; <https://archive.org/details/designofvirtuale0000stua/page/n4/mode/1up?view=theater>.
- Subakti, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Media Sains Indonesia.
- Suhandang, K. (2013). *Ilmu Dakwah* (1 ed.). PT Remaja Rosdakarya.
- Sukmayadi, V., Fadhila, S. A., Mirawati, I., Purwaningwulan, M. M., & Muhaemin, E. (2024). Zillennials, Social Media and Artificial Intelligence: A Survey on West Java's Digital Natives. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 9(1), 82–91. <https://doi.org/10.25008/jkiskivi.v9i1.958>
- Syafril, R. S. (2019). Penerapan Sederhana Virtual Reality Dalam Presentasi Arsitektur. *NALARs*, 19(1), 29–40. <https://doi.org/10.24853/nalars.19.1.29-40>

- Syairuffozi, N. (2023). *3 Hari Bangun Masjid*. Real Masjid Press.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Al-Ikhlâs.
- Taherdoost, H. (2018). A review of technology acceptance and adoption models and theories. *Procedia Manufacturing*, 22, 960–967. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.03.137>
- Thomas E Ruggiero. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. http://dx.doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Tsani, A. T., Purnamasari, M., & Mulyani, S. D. (2019). *Analisis Pembuatan Simulasi 3d Virtual Reality Sebagai Media Terapi Achropobia*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pb2ua>
- Tualeka, H. (2011). *Akhlak Tasawuf*. IAIN SA Press.
- Ulfah, N. (2022). Dakwah Virtual: Strategi Revitalisasi Kandungan Al-Qur'an Di Era Digital. *Iktisyaf: Jurnal Ilmu Dakwah dan Tasawuf*, 4(1), 81–93. <https://doi.org/10.53401/iktsf.v4i1.81>
- Ulrich, M. (2015). Seeing Is Believing: Using the Rhetoric of Virtual Reality to Persuade. *Young Scholar in Writing*, 9, 5–18.
- Vita Juanita. (2023). *Problematisasi Kesakralan Agama oleh Gen Z di Media Sosial* [Universitas Islam Negeri Sunan Ampel]. file:///C:/Users/Dira%20Ranisa/Downloads/Vita%20Junita_02040721019%20OK.pdf
- Wakas, J. E., & Wulage, M. B. N. (2008). Analisis Teori Uses and Gratification: Motivasi Menonton Konten Firman Tuhan Influencer Kristen pada Media Sosial TikTok. *Institut Agama Kristen Negeri Manado*, 1–20.
- Wang, M., & Degol, J. (2014). Staying Engaged: Knowledge and Research Needs in Student Engagement. *Child Development Perspectives*, 8(3), 137–143. <https://doi.org/10.1111/cdep.12073>
- Wardijono, B. A., Hendajani, F., Sudiro, S. A., & Ramadhani, A. I. (2015). Pengembangan Model Grafik 3 Dimensi Monumen Nasional Dan Lingkungan Sekitarnya Dengan Teknologi Virtual Reality Berbasis Web. *Prosiding: Seminar Nasional Sains dan Teknologi*.
- Ya, E., & Kursunluo, E. (2019). How and Why Consumers Use Social Media: A Qualitative Study Based On User-Generated Media and Uses & Gratifications Theory Tüketiciler Sosyal Medyayı Nasıl ve Niçin Kullanırlar: Kullanıcı Tarafından Oluşturulmuş İçerik ve Kullanımlar & Doyumlar Kuramlarına Dayalı Nitel Bir Çalışma. *Journal of Cukurova University Graduate School*, 28(1), 142–161.
- YN. (2025, Januari 28). *Wawancara* [Yogyakarta].

Yoga, S. (2015). Dakwah Di Internet: Konsep Ideal, Kondisi Objektif Dan Prospeknya. *Al-Bayan*, 21(1), 56–70. <http://dx.doi.org/10.22373/albayan.v21i31.148>

Yunita Faela Nisa, Laifa Annisa Hendarmin, Debby Affianty Lubis, M. Zaki Mubarak, Salamah Agung, Erita Narhetali, Tati Rohayati, Dirga Maulana, Agung Priyo Utomo, Bambang Ruswandi, & Dwirifqi Kharisma Putra. (2018). *Gen Z: Kegagalan Identitas Keagamaan*. Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM). <https://ppim.uinjkt.ac.id/wp-content/uploads/2020/11/1.1-Gen-Z-Kegagalan-Identitas-Keagamaan.pdf>

