

**ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE USTADZAH  
HALIMAH ALAYDRUS**

**(Episode Wanita Berkelas Surga)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:**

**Hibatul Wafiroh**

**NIM 22107030029**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

**YOGYAKARTA**

**2026**

## SURAT PERNYATAAN

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Hibatul Wafiroh

Nomor Induk : 22107030029

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 14 Januari 2026

Yang Menyatakan



Hibatul Wafiroh

NIM 22107030029

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
di tempat

*Assalamu'alaikumWr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Hibatul Wafiroh  
NIM : 22107030029  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS (Episode Wanita Berkelas Surga)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb*

Yogyakarta, 12 Januari 2026  
Pembimbing

Maya Sandra Rosita Dewi, M.I.Kom  
NIP. 19870428 201903 2 010

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-417/Un.02/DSH/PP.00.9/02/2026

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS ISI PESAN DAKWAH PADA CHANNEL YOUTUBE USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS (Episode Wanita Berkelas Surga)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HIBATUL WAFIROH  
Nomor Induk Mahasiswa : 22107030029  
Telah diujikan pada : Kamis, 05 Februari 2026  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 699d591783402



Penguji I

Handini, S.I.Kom., M.I.Kom.  
SIGNED

Valid ID: 699d05344e91f



Penguji II

Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 699e0bb2577a2



Yogyakarta, 05 Februari 2026  
UTN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 699e72827e667

## HALAMAN MOTTO

Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan.

(Nadin Amizah)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Kedua orang tua saya tercinta (Abah Abdul Adim & Ibu Juliah)

Partner membahagiakan kedua orang tua (Saudara-Saudari)

dan

Almamater tercinta,

Program Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi. Sholawat serta salam salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Skripsi ini merupakan kajian mengenai Analisis Isi Pesan Dakwah Pada Channel Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus (Episode Wanita Berkelas Surga). Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Bapak Dr. Mokhammad Mahfud, S.Sos.I., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
3. Ibu Maya Sandra Rosita Dewi, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah membantu memberikan arahan, saran, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi penulis hingga selesai.

4. Bapak Handini, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Penguji 1 dan Ibu Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Penguji 2 yang telah berkenan memberikan masukan, saran dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Civitas Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Cinta pertama sekaligus teladan hidup penulis, Bapak Abdul Adim dan pintu surga penulis, Ibunda Juliah. Terimakasih atas kasih sayang yang tak pernah berbatas dan pengorbanan yang tak terhitung nilainya. Meskipun beliau tidak berkesempatan mengenyam pendidikan di bangku perkuliahan, namun dengan sepenuh hati telah memberikan dukungan terbaik hingga penulis mampu menuntaskan pendidikan dan meraih gelar sarjana. Penulis meyakini bahwa doa-doa merekalah yang senantiasa menjadi penopang dan penuntun penulis dalam melewati berbagai fase sulit kehidupan.
7. Kepada saudara-saudari tercinta, Ahmad Idris Syafi'i, Nur Isyfa 'Atul Hidayah, Barrotut Taqiyyah, Muhammad Chaidar Amjad, yang selalu menjadi sumber motivasi dan penyemangat dalam setiap langkah, serta kepada seluruh keluarga besar yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan.
8. Segenap keluarga besar PP. Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta, khususnya kepada Ibu Nyai Husnul Khotimah Warson beserta keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan pelajaran hidup bagi penulis.

9. Guru-guru penulis di SDN Gejayan, MIN Membalong, MTS Mangku Alam, PPSQ Asy-Syadzili Malang, SMK IT Asy-Syadzili, terimakasih atas segala ilmu yang sudah diberikan kepada penulis.
10. Sahabatku, Anjeli Fatmawati dan Wiwin Nova, yang selalu menguatkan dari jarak jauh di kala penulis berada di titik rendah, serta selalu mendoakan penulis, semoga kebahagiaan selalu mengiringi kalian.
11. Segenap teman-teman Ilmu Komunikasi 2022 untuk kebersamaan, kerja sama dan kehadirannya selama perkuliahan, terkhusus Huri Dewi Rizkiyatul Amaliyah, terimakasih karena telah hadir dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis selama perkuliahan, yang telah berkontribusi banyak, memberikan semangat dan menghibur.
12. Teman-teman kamar Q-Fatimah yang selalu mendoakan dan mengiringi langkah penulis dalam berproses, semoga hal hal baik selalu mengiringi jalan sukses kalian.
13. Rekan-rekan KKN Nara Bhakti Pacitan yang selalu menginspirasi dan memotivasi, semoga kesuksesan selalu mengiringi kita bersama.
14. Kepada pemilik NIM 22105010006 yang selalu hadir menjadi rumah selama proses penyusunan skripsi ini, terimakasih untuk seluruh hal baik yang diberikan, atas waktu dan doa yang sudah dilantarkan, semoga seluruh impiannya tercapai satu persatu. Amin
15. Terimakasih kepada berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, setiap kebaikan, bantuan dan doa tulus yang hadir di sepanjang perjalanan.

16. Untuk kota tercinta, Yogyakarta dengan segala kenangan, keindahan, pengalaman yang akan selalu terkenang.

17. Diri sendiri, Hibatul Wafiroh. Apresiasi setinggi-tingginya karena telah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah memilih tetap selalu melangkah. Semoga seluruh jalan impian penulis tercapai dan kesuksesan selalu berpihak kepada penulis. Amin

Terakhir, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 13 Januari 2026

Penyusun,

Hibatul Wafiroh

NIM. 22107030029

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka .....	11
F. Landasan Teori .....	18
G. Kerangka Pemikiran .....	27
H. Metode Penelitian.....	28
<b>BAB II GAMBARAN UMUM</b> .....	<b>36</b>
A. Biografi Ustadzah Halimah Alaydrus.....	36
B. Deskripsi Konten Video Youtube “Episode Wanita Berkelas Surga” .....	42
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>47</b>
A. Analisis dan Kategori Data Penelitian.....	48
B. Pembahasan Penelitian .....	64
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	<b>121</b>
A. Kesimpulan.....	121
B. Saran-Saran.....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>123</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>127</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia per 2024 .....	3
Gambar 2 Cuplikan Viral Ceramah Ning Laila.....	5
Gambar 3 Cuplikan Gus yang Viral .....	6
Gambar 4 Data Rank Statistik 2025 .....	8
Gambar 5 Beranda Youtube UHA .....	42



## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tinjauan Pustaka .....	15
Tabel 2 Kerangka Pemikiran .....	27
Tabel 3 Konten Terpilih .....	51
Tabel 4 pesan dakwah Aqidah.....	56
Tabel 5 Pesan Dakwah Syariah .....	59
Tabel 6 Pesan Dakwah Akhlak.....	61
Tabel 7 Hasil Reduksi Data Video “Wanita Berkelas Surga” .....	63
Tabel 8 Transkrip Pesan Dakwah Aqidah .....	65
Tabel 9 Transkrip Pesan Akidah .....	69
Tabel 10 Transkrip Pesan Dakwah Akidah .....	72
Tabel 11 Transkrip Pesan Dakwah Akidah .....	76
Tabel 12 Transkrip Pesan Dakwah Akidah .....	80
Tabel 13 Transkrip Pesan Dakwah Syariah.....	84
Tabel 14 Transkrip Pesan Dakwah Syariah.....	87
Tabel 15 Transkrip Pesan Dakwah Syariah.....	91
Tabel 16 Transkrip Pesan Dakwah Syariah.....	95
Tabel 17 Transkrip Pesan Dakwah Syariah.....	98
Tabel 18 Transkrip Pesan Dakwah Ahklak .....	102
Tabel 19 Transkrip Pesan Dakwah Akhlak .....	105
Tabel 20 Transkrip Pesan Dakwah Akhlak .....	109
Tabel 21 Transkrip Pesan Dakwah Akhlak .....	111
Tabel 22 Transkrip Pesan Dakwah Akhlak .....	115

## ABSTRACT

The phenomenon of digital da'wah on YouTube presents an anomaly in Ustadzah Halimah Alaydrus, who achieved high virality without displaying visual appearance (visual de-emphasis). This study aims to analyze the construction of da'wah messages in the video "Wanita Berkelas Surga", representing the integration of spiritual values in the modern era. Employing Krippendorff's qualitative content analysis method and Computer-Mediated Communication (CMC) theory, this research classifies messages into Akidah (theology), Sharia (law), and Akhlak (morals), validated through source triangulation with gender experts. The findings reveal a strong interconnectivity between Akidah, Sharia, and Akhlak messages. These three categories appear simultaneously and complementarily (integrative dominance), where one message is consistently linked to others to form a holistic definition of a classy woman. Technically, the absence of facial visuals creates hyperpersonal communication, intensifying attention to verbal messages. The findings also highlight a dialectic between the subject's narrative of domestic obedience and the critique of gender equality from a sociological perspective. This study concludes that the integrative faceless da'wah strategy effectively builds emotional intimacy but requires critical literacy to ensure obedience messages are understood proportionally.

*Keywords: YouTube Da'wah, Content Analysis, Ustadzah Halimah Alaydrus, Classy Women, Hyperpersonal Communication.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Merujuk pada tinjauan leksikal dalam kamus Al-Munawwir, kata dakwah secara etimologi berakar dari lafadz *da'a-ya'dua-da'watan* yang merepresentasikan makna seruan, panggilan,, ataupun ajakan. Adapun dalam perspektif terminologi, Enjang dan Aliyudin mendefinisikan dakwah sebagai upaya menyeru umat islam agar menjalani pola kehidupan yang selaras dengan rida Allah SWT melalui implementasi *amar ma'ruf nahi munkar* (Enjang, & Aliyudin). Kewajiban mengajak manusia kembali ke jalan Allah ini merupakan mandat bagi setiap muslim, sebagaimana landasan teologis yang termaktub dalam firman-nya pada surah An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

*Artinya: "Ajaklah manusia menuju jalan Tuhanmu dengan cara yang bijaksana, pengajaran yang baik, serta berdebatlah dengan mereka menggunakan cara yang lebih santun. Sungguh, Tuhanmu Dialah yang paling mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia pula yang paling mengetahui siapa yang memperoleh petunjuk."*

Ayat tersebut menegaskan bahwa dakwah harus disampaikan dengan penuh kebijaksanaan dan kelembutan. Sebagaimana penjelasan dari Tafsir Al-Mishbah karya Quraish Shihab bahwa dalam berdakwah, seorang da'i harus memahami kondisi sosial dan psikologis masyarakat yang menjadi sasaran dakwahnya. Dakwah tidak cukup hanya menyampaikan ajaran, tetapi harus

dilakukan dengan cara menyentuh hati, memperhatikan situasi, serta menggunakan bahasa dan metode yang sesuai dengan tingkat pemahaman audiens (Shihab, M. Q.)

Salah satu unsur utama dalam aktivitas dakwah adalah materi atau pesan yang ditransmisikan oleh da'i dan mad'u. Muatan dakwah idealnya mengintegrasikan nilai-nilai Islam yang mencakup tiga aspek pokok: akidah, syariah dan akhlak (akhlakul karimah) (La Adi, 2022). Tujuan akhirnya adalah membentuk kepribadian Muslim yang tidak hanya kokoh secara spiritual dan intelektual, tetapi juga memiliki karakter mulia (Alihan Satra dkk.)

Namun, lanskap dakwah kontemporer telah mengalami transformasi signifikan akibat pengembangan teknologi komunikasi. Kehadiran internet dan media sosial membuka ruang baru (new media) yang memungkinkan syiar Islam menjangkau publik secara masif, akseleratif, dan integratif. Platform seperti Youtube, Instagram, X (Twitter), dan Facebook kini beralih fungsi menjadi instrumen strategis penyebaran nilai religius (Hidayat, 2020). Urgensi fenomena ini terkonfirmasi oleh data (Hootsuite, & We Are Social, 2024) yang mencatat pengguna internet di Indonesia telah mencapai 185,3 juta jiwa (66,5% populasi), dengan pengguna aktif media sosial sebesar 139 juta (49,9%). Dalam ekosistem digital ini, Youtube muncul sebagai mimbar virtual yang efektif bagi para pendakwah. Salah satu figur sentral yang memanfaatkan momentum ini adalah Ustadzah Halimah Alaydrus. (Hootsuite, & We Are Social, 2024).

Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia per 2024



Sumber: (Hootsuite, & We Are Social, 2024)

Dalam ekosistem digital ini, Youtube muncul sebagai mimbar virtual yang efektif bagi para pendakwah. Salah satu yang memanfaatkan momentum ini adalah Ustadzah halimah Alaydrus. Beliau secara spesifik menasar segmen perempuan Muslim dengan gaya retorika yang menyejukkan namun tetap tegas dalam prinsip. Kini platform Youtube menjadi kanal utama penyampaian pesan Islam yang menjangkau audiens luas, lintas wilayah, serta lintas negara, jika dahulu dakwah disampaikan lewat mimbar masjid, majelis taklim, atau forum kajian terbatas. Youtube adalah basis data video yang menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video. Situs ini dirancang bagi mereka yang ingin mencari informasi dan melihatnya secara langsung. Menurut laporan dari We Are Social & Kepios (2024), terdapat lebih dari 139 juta pengguna aktif YouTube di Indonesia, dengan pengguna yang berusia 18–34 tahun sebagai yang dominan.

Fakta ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi arena baru untuk dakwah Islam yang tak bisa diabaikan.

Namun demikian, dibalik kemajuan dan masifnya penggunaan media sosial untuk dakwah, muncul pula tantangan baru yang patut dikritisi secara akademik. Popularitas YouTube melahirkan fenomena "dakwah selebriti" dan munculnya *influencer* agama yang menjadikan *personal branding* dan daya tarik visual sebagai modal utama. Tantangan ini tidak hanya soal kapasitas keilmuan yang diragukan. Belakangan, fenomena "dakwah selebriti" diwarnai dengan kontroversi etika dan adab (akhlaq) penceramah yang menjadi perbincangan panas platform media sosial, termasuk diulas oleh akun-akun gossip terkemuka seperti @lambeturah\_official.

Sebagai contoh, ditulis oleh akun *kilat.com* pada akhir 2025, publik diresahkan oleh dua kasus viral yang melibatkan pendakwah muda populer dikalangan Gen Z. Kasus pertama melibatkan seorang pendakwah perempuan muda yang terekam kamera melontarkan candaan yang dinilai tidak pantas dan menjerus secara fisik (mengomentari dan memegang lipatan sarung) terhadap seorang santri laki-laki di atas panggung. Insiden ini memicu gelombang kritik tajam dari masyarakat luas, mengingat tindakan tersebut secara vulgar mengonfirmasi terjadinya degradasi moral dan pergeseran orientasi dalam praktik dakwah kontemporer. Fenomena ini memperlihatkan betapa rentannya pendakwah di era media sosial terjebak dalam arus komodifikasi agama.

*Gambar 2. Cuplikan Viral Ceramah Ning Laila*



Sumber : (Kilat.com, 2025)

Kasus kedua, yang juga memicu kemarahan publik secara luas di berbagai platform media sosial, melibatkan seorang figur pendakwah muda laki-laki bernama Gus Elham yang secara terang-terangan terekam dalam sebuah tayangan visual sedang mencium pipi seorang anak perempuan yang secara hukum syariat Islam jelas bukan mahramnya. Pada gilirannya, langsung mendapat sorotan tajam dan teguran keras dari lembaga otoritas keagamaan tertinggi di Indonesia. Sebagai bentuk intervensi penjagaan moral umat, Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) bidang Dakwah dan Ukhuwah, KH M Cholil Nafis, secara tegas mengkritisi sensitivitas adab dalam praktik dakwah tersebut. Lebih jauh, beliau menekankan bahwa tindakan sosial dan norma agama tersebut sama sekali tidak dapat dibenarkan atau dimaklumi dengan dalih keramahan apa pun, terlebih lagi jika perbuatan itu justru dilakukan oleh figur publik yang seharusnya memikul

tanggung jawab moral yang sangat berat sebagai seorang pendakwah, (Detik.com, 2024a).

Gambar 3. Cuplikan Gus yang Viral



Sumber: (Detik.com, 2024b)

Kedua insiden ini, yang dengan cepat disebarakan oleh akun-akun media sosial, memicu perdebatan luas di kalangan netizen mengenai batas-batas etika, adab, dan risiko pelecehan (*sexual harassment*) berkedok "guyonan" atau "kasih sayang" di panggung dakwah. Ketika dakwah di panggung yang seharusnya sakral terekam kamera dan menjadi viral, fokus audiens terbukti tidak lagi pada substansi pesan, melainkan pada sensasi dan kontroversi adab sang penceramah (Azizah & Utami, 2023).

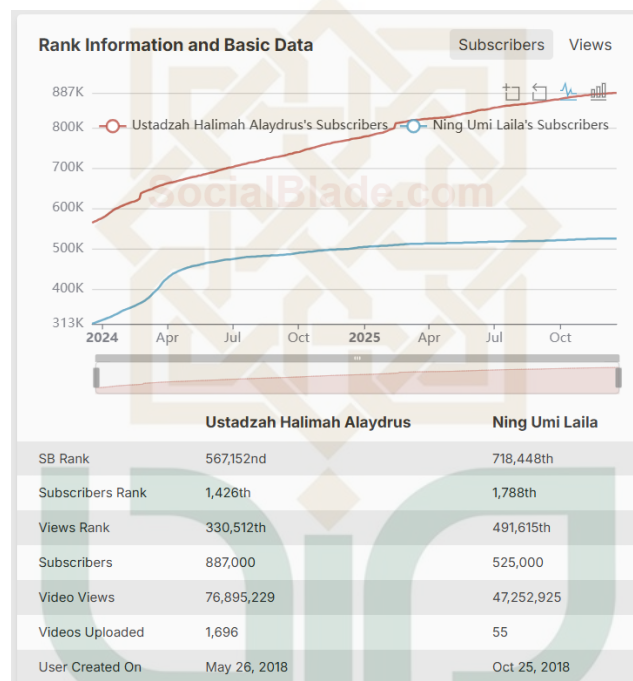
Fenomena ini terlihat dari makin maraknya tokoh-tokoh publik yang mulai mengambil peran sebagai pendakwah, meski tidak semuanya memiliki kapasitas keilmuan yang cukup. Hal ini tidak hanya menggelapkan esensi dakwah, tetapi beresiko menyesatkan publik jika tidak bijak dalam bermedia sosial terlebih di era

digital yang sudah penuh dengan resiko jika tidak berlandaskan dalil Al-Qur'an dan Hadist (Amalia, 2023). Kekhawatiran ini didukung oleh data. Hasil survei yang dilakukan oleh PPIM UIN Jakarta menunjukkan bahwa 62% anak muda Muslim di Indonesia mengakses konten keagamaan melalui Youtube dan 41% melalui Instagram. Namun, hanya 32% yang menyatakan mampu membedakan antara konten dakwah yang baik ataupun yang menyimpang (PPIM UIN).

Kondisi ini sejalan dengan apa yang dikemukakan Saifuddin, bahwa meskipun media sosial membuka peluang dakwah, ia sekaligus melahirkan resiko "dekadensi isi pesan" yang tidak lagi berdasarkan pada dalil dan adab. Ketika siapapun menjadi "pendakwah" hanya bermodalkan tampilan visual yang menarik dan popularitas, maka pesan-pesan yang disampaikan rawan kehilangan kedalaman spiritual dan akurasi keilmuan, dan yang paling mengkhawatirkan kehilangan teladan *akhlaqul karimah* (Saifuddin, 2021). Di tengah fenomena yang mengedepankan visualitas dan *personal branding*, dan sensasionalisme yang beresiko melanggar adab tersebut, muncul sebuah anomali yang ditunjukkan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus (UHA). Beliau adalah seorang da'iyah yang dikenal sangat luas justru karena pendekatan dakwahnya yang lembut dan menyejukkan, yang bertolak belakang dengan tren dakwah yang eksploitatif secara visual dan etika (Pridiastuti, 2022). Kanal YouTube Ustadzah Halimah Alydrus menunjukkan kinerja yang sangat impresif. Berdasarkan data dari Socialblade.com (Mei 2025), channel ini telah memiliki 838 ribu subscribers dan mengunggah 1542 video sejak 2018. Hal ini merupakan salah satu keunggulan

channel Ustadzah Halimah Alaydrus karena melihat dari konsistensi dalam produksi konten sehingga mampu menarik audiens dengan kuantitas, daya tarik visual, serta kedalaman makna yang menjadi penentu keberhasilan dakwah di era digital (Socialblade.com).

Gambar 4. Data Rank Statistik 2025



Sumber: *Socialblade.com 2025*

Keunikan Ustadzah Halimah tidak berhenti pada konsistensi produksinya. Fenomena komunikasi yang paling unik ditunjukkan dari pilihan strateginya dalam ribuan konten dakwahnya, Ustadzah Halimah secara konsisten memilih untuk tidak menampilkan wajahnya. Pilihan metode dakwah (tanpa wajah) ini merupakan sebuah strategi komunikasi yang menarik dan menjadi antitesis dari tren dakwah visual saat ini. Hal ini justru menciptakan *'mystique'* atau rasa

penasaran di kalangan audiens, dan yang terpenting, mengarahkan fokus audiens secara murni pada isi pesan (kekuatan verbal dan audio) yang disampaikan, bukan pada figurasi visual penceramahnya (Fakhrullah, 2025). Metode ini terbukti efektif dalam menjangkau segmen audiens yang spesifik, yakni kalangan perempuan muda, mereka yang sedang dalam proses hijrah, serta calon pengantin. Tema-tema yang diangkat Ustadzah Halimah seringkali relevan langsung dengan realitas dan problematika yang dihadapi segmen audiens ini (Tersiana. A.).

Hingga saat ini, kanal YouTube Ustadzah Halimah Alaydrus telah memiliki lebih dari 1500 video dengan beragam tema (sesuai data Socialblade). Peneliti menyadari banyaknya konten tersebut, namun memfokuskan penelitian pada satu episode spesifik, yaitu "Wanita Berkelas Surga" (Fakhrullah, 2025). Episode ini didasarkan pada popularitasnya yang signifikan, dilihat dari jumlah penayangan (views) dan tingginya interaksi (like dan komentar) dibandingkan video bertema serupa lainnya. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan dalam episode ini diterima secara luas dan memiliki dampak besar pada audiensnya (Alihan dkk.).

Berdasarkan fenomena kontras antara dakwah visual-sensasional dengan anomali dakwah "tanpa wajah" Ustadzah Halimah, segmentasi audiensnya yang spesifik, serta pentingnya episode "Wanita Berkelas Surga" tersebut, maka peneliti tertarik untuk menganalisis secara mendalam: "Bagaimana isi pesan dakwah pada channel youtube Ustadzah Halimah Alaydrus dalam episode Wanita Berkelas Surga?."

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti merumuskan masalah yaitu “Bagaimana isi pesan dakwah pada channel Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus (Episode Berkelas Surga)?”

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis isi pesan dakwah yang terdapat pada channel Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus (Episode Wanita Berkelas Surga).

## **D. Manfaat Penelitian**

Diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang signifikan:

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman penulis dibidang Ilmu Komunikasi, khususnya tentang analisis isi terhadap pesan dakwah yang disampaikan melalui media digital seperti YouTube. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberi tambahan referensi dan acuan untuk penelitian sejenis di masa mendatang yang berkaitan dengan analisis isi pesan dakwah di era digital.

### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi referensi tambahan bagi para da'i yang ingin memahami sejauh mana kognisi sosial memengaruhi pesan

dakwah mereka dan bagaimana konteks sosial masyarakat memengaruhi penerimaan pesan dimasyarakat. Dengan demikian, para da'i dapat lebih tepat dalam membuat strategi komunikasi dakwah yang kontekstual dan efektif. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur tambahan bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi, serta dapat digunakan untuk membantu proses pembinaan siswa dan pengembangan jurusan di bidang komunikasi, khususnya komunikasi dakwah berbasis media digital.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Untuk memetakan posisi dan kebaruan (*novelty*) penelitian ini, peneliti telah meninjau beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pesan dakwah di media sosial. Penelitian-penelitian tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian Ismah Faturohmi dan Chairiawaty (2022)

Penelitian pertama dilakukan oleh Ismah Faturohmi dan Chairiawaty (2022) yang berjudul "Pesan Dakwah dalam Akun @Basyasman00". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten video dalam akun Instagram Husain Basyaiban (@Basyasman00) mengandung pesan-pesan dakwah (Aqidah, Syariah, Akhlak) yang positif. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah penggunaan metode analisis isi (*content analysis*) dan penggunaan tiga kategori utama pesan dakwah (Aqidah, Syariah, dan Akhlak). Perbedaan utamanya tidak hanya terletak pada media (Instagram vs YouTube), tetapi pada strategi fundamental objek penelitian. Husain

Basyaiban, seperti *influencer* dakwah lainnya, membangun *personal branding*-nya dengan sangat kuat melalui visual, interaksi parasosial, dan penampilan fisik. Sebaliknya, objek penelitian ini, Ustadzah Halimah Alaydrus (UHA), justru melakukan antitesis dengan strategi "tanpa wajah", yang mengarahkan fokus audiens murni pada substansi pesan audio-verbal, bukan pada figurasi visual.

## 2. Penelitian Helviana Putri dan Muhammad Fanshoby (2023)

Penelitian kedua oleh Helviana Putri dan Muhammad Fanshoby (2023) berjudul "Analisis Isi Pesan Dakwah Perempuan Dan Pendidikan Di Youtube @BincangMuslimah". Penelitian ini menemukan bahwa pesan dakwah yang dominan pada kanal tersebut adalah Syariah Ibadah. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan metode kualitatif dan media YouTube sebagai platform dakwah yang berfokus pada audiens perempuan. Perbedaan mendasar terletak pada fokus dan entitas yang diteliti. Penelitian tersebut menganalisis sebuah *platform* atau kanal (@BincangMuslimah) yang mungkin diisi oleh beragam narasumber. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada *satu figur spesifik* (UHA) yang telah membangun *brand*-nya sendiri sebagai figur dakwah sentral bagi perempuan, dengan episode spesifik ("Wanita Berkelas Surga") yang dipilih karena relevansinya dengan segmentasi audiens inti UHA (perempuan hijrah dan calon pengantin).

3. Penelitian Muhammad Hilmi Sya'bani, dkk. (2024)

Penelitian ketiga oleh Muhammad Hilmi Sya'bani, dkk. (2024) menganalisis "Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja'far dan Onad". Penelitian ini mengidentifikasi strategi dakwah Habib Ja'far yang efektif, seperti penggunaan humor, bahasa yang lugas, dan interaksi santun. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan media YouTube sebagai objek. Perbedaan utamanya terletak pada fokus penelitian. Penelitian Sya'bani, dkk. fokus menganalisis *strategi komunikasi* (retorika, humor, interaksi visual antara Habib dan Onad). Sebaliknya, penelitian ini fokus pada analisis isi murni (substansi pesan). Penelitian ini sengaja memilih UHA yang *menghilangkan* elemen visual-interaktif (seperti humor antar-host atau visual figur), sehingga memungkinkan peneliti untuk membedah *isi pesan* (Aqidah, Syariah, Akhlak) secara murni, terpisah dari strategi performatif visual.

4. Penelitian Salsabila Putri dan Muhammad Fathoni (2023)

Penelitian keempat dilakukan oleh Salsabila Putri dan Muhammad Fathoni (2023) dalam jurnal berjudul "*Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial YouTube*". Penelitian ini membedah teknik komunikasi Ustadzah Halimah dalam menyampaikan tema rumah tangga, dengan temuan bahwa kekuatan dakwah beliau terletak pada gaya retorika yang persuasif dan menyentuh emosi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah kesamaan objek material (Ustadzah Halimah Alaydrus) dan penggunaan media YouTube. Perbedaan utamanya terletak

pada pisau analisis. Penelitian Putri dan Fathoni berfokus pada aspek retorika (seni berbicara, intonasi, dan gaya penyampaian). Sebaliknya, penelitian ini menggunakan analisis isi (*content analysis*) yang tidak meneliti "cara penyampaian", melainkan membedah "struktur substansi pesan" (Aqidah, Syariah, Akhlak) secara mendalam pada satu episode utuh, serta divalidasi dengan perspektif gender.

5. Penelitian Siti Nurhaliza Sirait (2024)

Penelitian kelima disusun oleh Siti Nurhaliza Sirait (2024) dengan judul "*Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Video TikTok Ustadzah Halimah Alaydrus*". Hasil penelitian ini mengidentifikasi kategorisasi pesan dakwah yang tersebar dalam format video singkat di platform TikTok. Persamaan penelitian ini adalah penggunaan metode kualitatif analisis isi (*content analysis*) pada subjek yang sama. Perbedaan mendasar terletak pada medium dan kedalaman data. Penelitian Sirait berfokus pada TikTok yang karakteristik kontennya berupa potongan pendek (*snippets*) dan terfragmentasi. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada YouTube dengan objek spesifik satu episode penuh ("Wanita Berkelas Surga"), sehingga memungkinkan analisis pesan yang lebih utuh dan kontekstual. Selain itu, kebaruan (*novelty*) penelitian ini diperkuat dengan adanya triangulasi sumber melibatkan pakar gender untuk menguji validitas pesan.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul dan Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Ismah Faturohmi, Chairiawaty (2022)	Pesan Dakwah Akun @Basyasma n00 <a href="https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.861">https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.861</a>	Metode Penelitian yang digunakan ialah menggunakan metode analisis isi ( <i>content analysis</i> ). Menggunakan pesan dakwah terdiri dari 3 kategori yaitu, Aqidah, syariah, dan akhlaq	Media yang digunakan adalah akun Instagram.	video yang terdapat didalam akun Husain Basyaiban terdapat pesan dakwah, yaitu pesan dakwah mengenai Aqidah, syariah, dan Akh
2.	Helviana Putri, Muhammad Fanshoby	Analisis Isi Pesan Dakwah Perempuan dan Pendidikan di Youtube @Bincang Muslimah <a href="https://doi.org/10.71029/bayyin.v2i1.35">https://doi.org/10.71029/bayyin.v2i1.35</a>	Metode yang digunakan kualitatif dan menggunakan media sosial Youtube untuk berdakwah	Menggunakan 4 kategori pesan dakwah, dakwah syariah ibadah, pesan dakwah muamalah, dan syariah ibadah yang paling dominan.	Hasil penelitian ini Adalah Al-Qur'an sebagai sumber ilmu, ilmu kunci, dan kebahagiaan, Pendidikan sebagai arahan bagi Perempuan dalam mengambil Keputusan dikehidupan rumah tangga, dan "Perempuan berpendidikan

					tinggi ga bakal laku”
3.	Muhammad Hilmi Sya’bani, Abdur razzaq, Muhammad Randicha Hamandia (2024)	Analisis Pesan Dakwah pada Media Sosial Podcast Login Habib Ja’far dan Onad <a href="https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.170">https://doi.org/10.47134/pssh.v1i3.170</a>	Media yang digunakan Adalah Youtube dengan terbagi dalam tiga aspek pesan dakwah: pesan akhlaq, syariah dan Aqidah	Menggunakan penelitian metode kualitatif deskriptif	
4.	Salsabila Putri dan Muhammad Fathoni (2023)	Retorika Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus Melalui Media Sosial YouTube	penelitian ini memiliki kesamaan objek material (Ustadzah Halimah Alaydrus), platform media (YouTube), dan irisan tema pembahasan seputar	Penelitian Putri & Fathoni menggunakan pendekatan Retorika (fokus pada <i>gaya penyampaian</i> , intonasi, dan seni	penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan pesan, tetapi melakukan uji kritis melalui Triangulasi Sumber dengan pakar gender untuk

		<a href="https://doi.org/10.32832/komunika.v6i2.7096">https://doi.org/10.32832/komunika.v6i2.7096</a>	wanita/rumah tangga.	mempengaruhi ). Sebaliknya, penelitian ini menggunakan Analisis Isi ( <i>Content Analysis</i> ) model Krippendorff yang fokus membedah struktur pesan (Akidah, Syariah, Akhlak) secara terperinci.	melihat implikasi sosiologis dari pesan tersebut, hal yang tidak dilakukan dalam penelitian retorika.
5.	Siti Nurhaliza Sirait (2024)	Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Video TikTok Ustadzah Halimah Alaydrus <a href="http://repository.uin-suska.ac.id/">http://repository.uin-suska.ac.id/</a>	Penelitian ini sejalan dalam penggunaan metode kualitatif analisis isi ( <i>content analysis</i> ) untuk mengategorikan pesan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus.	Penelitian Sirait berfokus pada TikTok, yang karakteristik kontennya berupa potongan pendek ( <i>snippets</i> ) dan terfragmentasi. Sementara itu, penelitian ini	pada validitas data yang diuji melalui perspektif Triangulasi Ahli (Prof. Dr. Alimatul Qibtiyah), memberikan bobot akademis yang lebih kritis dibandingkan sekadar deskripsi isi konten media sosial.

				berfokus pada YouTube dengan objek spesifik satu episode penuh ("Wanita Berkelas Surga"), sehingga memungkinkan analisis pesan yang lebih utuh	
--	--	--	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti (2025)

## F. Landasan Teori

### 1. Analisis Isi Deskriptif (*Content Analysis*)

Analisis isi merupakan sebuah metodologi penelitian untuk mengkaji informasi yang terkandung dalam teks secara sistematis. Pendekatan ini berfokus pada proses pengumpulan dan analisis data tekstual. R. Holsty (sebagaimana dikutip Eriyanto, 2011) mendefinisikan teknik ini sebagai upaya untuk menghasilkan inferensi (kesimpulan) yang dapat direplikasi (sah) dan valid (dapat dipercaya) melalui pendekatan yang objektif dan sistematis untuk mengidentifikasi karakteristik spesifik dari suatu pesan. (Eriyanto,2022)

Dalam penelitian ini, "teks" yang dimaksud tidak terbatas pada kata-kata tertulis. Sejalan dengan perkembangan media, "informasi" dapat berupa gambar,

simbol, ide, tema, atau seluruh rangkaian adegan dalam sebuah video (Martono,N). Pendekatan yang ditekankan oleh Holsty menggarisbawahi pentingnya sistematisasi, pembentukan kategori yang jelas, dan objektivitas dalam proses interpretasi data. Metode ini telah diadopsi secara luas dalam berbagai disiplin ilmu sosial, khususnya dalam studi komunikasi dan media massa. Analisis isi memiliki beberapa tujuan dan pendekatan yang berbeda.

Secara umum, analisis isi digunakan untuk dua tujuan utama yaitu:

a. Mendeskripsikan Karakteristik Pesan.

Tujuan paling mendasar adalah untuk menjawab pertanyaan deskriptif: "apa" isi dari suatu pesan, "siapa" sasaran yang dituju, dan "bagaimana" proses komunikasinya berlangsung. Ini juga dapat digunakan untuk menguji hipotesis mengenai perbedaan isi pesan yang ditujukan untuk khalayak yang berbeda. (Krippendorff,)

b. Menarik Kesimpulan Penyebab Pesan

Meskipun fokus utamanya adalah deskripsi, analisis ini juga dapat dikembangkan untuk menarik kesimpulan tentatif mengenai faktor-faktor yang mungkin menjadi penyebab atau latar belakang dari suatu pesan.

Pendekatan dalam Analisis Isi. Terdapat tiga pendekatan utama dalam pelaksanaannya:

1) Deskriptif

Pendekatan ini digunakan murni untuk menggambarkan dan mengilustrasikan secara mendalam karakteristik dari suatu subjek atau

teks. Analisis deskriptif tidak bertujuan untuk menguji hipotesis, melainkan menyajikan gambaran rinci apa adanya.

## 2) Eksplanatif.

Pendekatan ini bersifat lebih lanjut, yakni untuk mendukung atau menguji hipotesis tertentu. Analisis eksplanatif berupaya melihat bagaimana hubungan kausal atau korelasional antara satu variabel (misalnya, isi pesan) dengan variabel lainnya.

## 3) Prediktif

Analisis isi ini bertujuan untuk memprediksi atau meramalkan kecenderungan di masa depan atau dampak yang mungkin ditimbulkan oleh isi pesan tersebut. Dengan mempelajari pola data historis (isi pesan masa lalu), peneliti memproyeksikan apa yang akan terjadi selanjutnya atau bagaimana audiens akan merespons.

Pendekatan analisis isi dapat dibagi menjadi tiga, namun yang paling relevan untuk penelitian ini adalah pendekatan Deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menunjukkan secara mendalam ciri atau karakteristik dari suatu teks (Martono, 2012, h. 47). Tujuannya bukanlah untuk menguji hipotesis hubungan antar variabel (seperti pada pendekatan Eksplanatif atau Prediktif), melainkan untuk memotret secara akurat dan rinci "apa" isi pesan yang terkandung dalam video Ustadzah Halimah Alaydrus.

## 2. Pesan Dakwah

Secara etimologis, kata "dakwah" berasal dari bahasa Arab (*da'aa-yad'uu-da'watan*), yang memiliki arti dasar "menyeru", "mengajak", atau "memanggil" (El-Ishaq, R, 2016). Dalam terminologi Islam, konsep ini dimaknai secara luas oleh para ahli. Quraish Shihab (Choliq, A). mengartikan dakwah sebagai seruan atau ajakan kepada kesadaran, serta upaya transformatif untuk mengubah situasi individu maupun masyarakat ke arah yang lebih baik dan sempurna, demi terwujudnya ajaran Islam secara menyeluruh. Sementara itu, Syekh Ali Mahfudh dalam (Aziz, M. A.). mendefinisikannya sebagai proses mendorong manusia untuk melakukan kebaikan, mengikuti petunjuk, serta melaksanakan *amar ma'ruf nahi munkar* (mengajak pada kebaikan dan melarang kemungkaran), yang bertujuan untuk meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat disintesis bahwa dakwah adalah aktivitas mengajak, baik diri sendiri maupun orang lain, untuk senantiasa berbuat baik dan meninggalkan perbuatan tercela sesuai dengan tuntunan Allah SWT dan Rasul-Nya.

### a. Pesan Dakwah dan Klasifikasinya

Inti dari proses dakwah adalah "pesan" (*materi*), yakni apa yang dikomunikasikan oleh sumber (*da'i*) kepada penerima (*mad'u*) (Ilahi, W, 2010). Sebuah pesan dapat dikategorikan sebagai "pesan dakwah" selama materi yang disampaikan tidak bertentangan dengan dua sumber hukum utama Islam: Al-Qur'an dan Hadist. Menurut (Syukir, ), materi atau pesan

dakwah dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori utama, bergantung pada tujuan yang hendak dicapai:

1. Aqidah (Keimanan)

Secara etimologi berarti "ikatan", aqidah adalah fondasi keyakinan atau iman yang menjadi dasar bagi seluruh ajaran Islam. Materi ini mencakup Rukun Iman (iman kepada Allah, Malaikat, Kitab, Rasul, Hari Akhir, serta Qadha dan Qadar) dan berfungsi sebagai pemberi arah bagi kehidupan seorang muslim (Choliq, A.).

2. Syari'ah (Hukum).

Kategori ini berkaitan dengan aspek amal lahiriah atau perbuatan nyata sebagai bentuk ketaatan terhadap hukum Allah (Syukir,). Syari'ah mengatur dua dimensi hubungan:

- a) *Hablum minallah* (hubungan dengan Allah), yang mencakup ibadah seperti shalat, puasa, dan haji.

- b) *Hablum minannas* (hubungan antar manusia), yang mencakup muamalah seperti perkawinan, jual-beli, pendidikan, dan keadilan sosial (Abdullah, 2020).

3. Akhlak (Budi Pekerti).

Berasal dari kata *khuluqun* (perangai atau tabiat), akhlak adalah kondisi batin yang terefleksi dalam tingkah laku (Aziz, M. A.). Pesan akhlak mencakup dua ranah: akhlak terhadap Allah SWT dan akhlak

terhadap makhluk-Nya, yang meliputi sesama manusia (diri sendiri, tetangga) dan alam semesta (flora, fauna) (Ilahi, W.).

#### **b. Unsur-Unsur Dakwah**

Keberhasilan suatu aktivitas dakwah bergantung pada sinergi berbagai elemen (unsur) yang terlibat di dalamnya. Unsur-unsur ini meliputi:

##### **1. Da'i (Subjek Dakwah)**

Pelaku atau komunikator dakwah. Pada hakikatnya, setiap muslim adalah da'i yang berkewajiban melakukan *amar ma'ruf nahi munkar* sesuai kapasitasnya, baik melalui lisan, perbuatan, maupun profesinya.

##### **2. Mad'u (Objek Dakwah)**

Sasaran atau penerima dakwah, yakni masyarakat yang sangat heterogen dan dinamis dari segi latar belakang sosial-kultural.

##### **3. Materi Dakwah.**

Isi pesan yang disampaikan, yang pada dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah

##### **4. Metode Dakwah**

Cara atau strategi yang digunakan untuk menyampaikan materi agar tujuan dakwah tercapai. Ketepatan metode sangat memengaruhi penerimaan mad'u (Rahmasari & Darmawanti, 2023). Tiga metode pokok yang dikenal adalah:

- a) *Bil Hikmah* (secara bijaksana, dengan memperhatikan situasi dan kondisi mad'u).
- b) *Bil-Mau'idhah Hasanah* (dengan nasihat yang baik dan penuh kasih sayang).

### 5. Media (Wasilah) Dakwah

Alat atau saluran perantara yang digunakan untuk menghubungkan da'i dan materi dakwah kepada mad'u. Sebagaimana ajaran Rasulullah "*Balligu 'anni walau ayat*" (Sampaikan dariku walau satu ayat), media menjadi vital (Musyafak, 2013). Hamzah Ya'qub (dikutip dalam Ishaq, 2016) membagi media dakwah menjadi lima: (1) Lisan (ceramah, bimbingan); (2) Tulisan (buku, majalah, media sosial); (3) Lukisan (gambar, karikatur), (4) Audio Visual (film, TV, konten online), dan (5) Akhlak (keteladanan atau perbuatan nyata).

### 3. Media Sosial (YouTube)

Media sosial telah menjadi arena baru dalam penyebaran informasi, dan salah satu platform yang paling dominan adalah YouTube. YouTube adalah situs berbagi video di mana sebagian besar kontennya diunggah oleh pengguna individu, meskipun kini banyak perusahaan media besar turut berpartisipasi sebagai mitra. Platform ini memiliki model akses terbuka, di mana pengguna tak terdaftar dapat menonton, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video tanpa batas.

Eksistensi YouTube sebagai situs berbagi video nomor satu (tercatat pada 2011) telah terkonfirmasi sejak lama, yang dibuktikan dengan akuisisinya oleh Google Inc. pada tahun 2006 (Azizah & Utami, 2023). Pertumbuhan platform ini di Indonesia juga sangat pesat; sebagai gambaran, durasi menonton di Indonesia mengalami peningkatan 130% hanya dalam rentang tahun 2014 ke 2015.

a. Bentuk dan Kelebihan YouTube

Secara teknis, YouTube merupakan media yang tergolong dalam bentuk audio-visual. Ini karena format konten utamanya adalah video (gambar bergerak) yang disertai dengan suara, yang secara historis menggunakan format standar *Flash Video* (Nurazizah, & Kurniati,). Dalam konteks penyebaran informasi (termasuk sebagai media pembelajaran atau dakwah), YouTube memiliki beberapa keunggulan:

1) Potensial

Sebagai salah satu situs paling populer di dunia, ia memiliki potensi jangkauan yang sangat besar dan mampu memberikan nilai tambah yang signifikan.

2) Praktis

Platform ini dikenal mudah digunakan (*user-friendly*) sehingga dapat diakses dan dimanfaatkan oleh semua kalangan.

3) Informatif.

YouTube berfungsi sebagai repositori informasi global, menyediakan data tentang perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan berbagai topik lainnya.

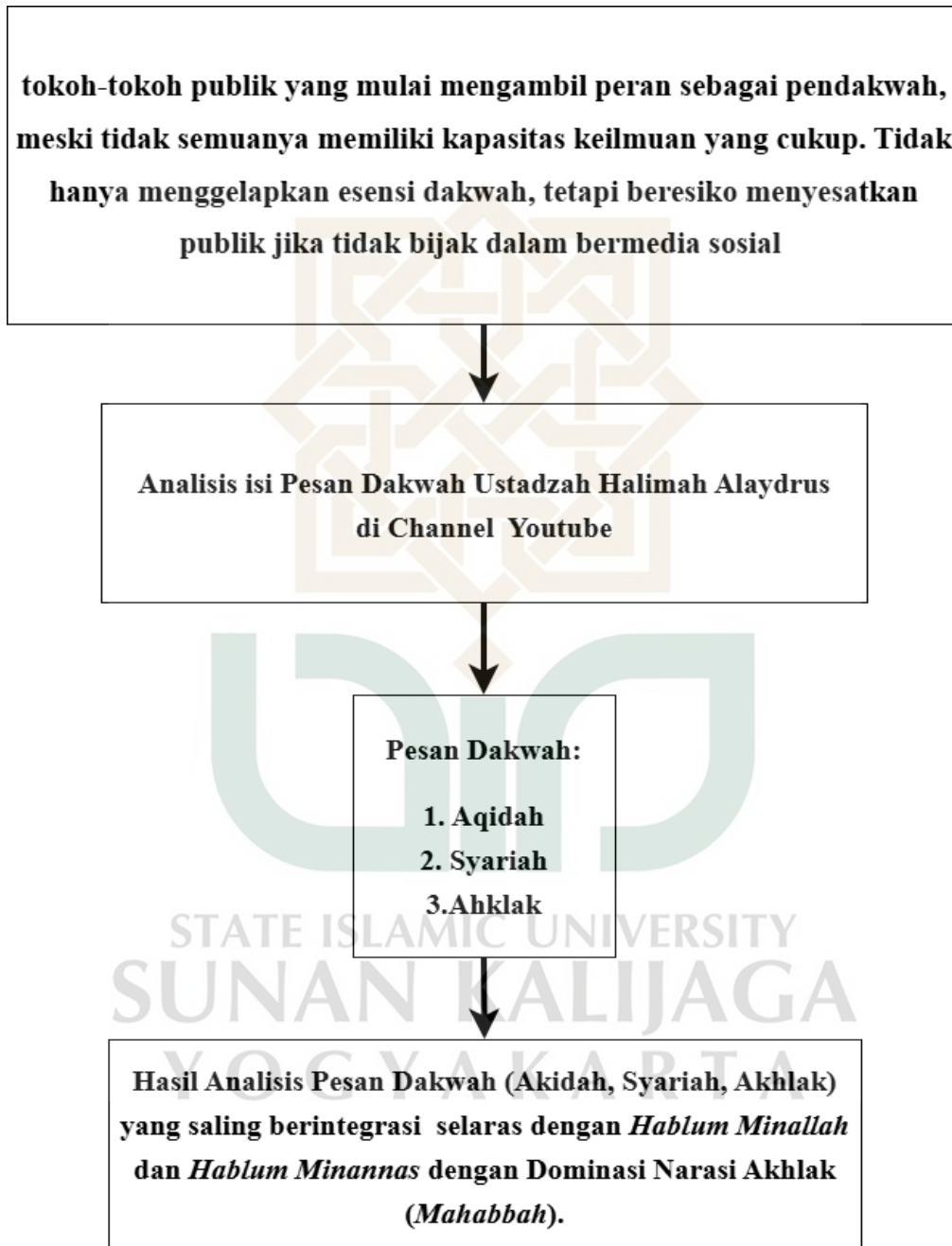
4) Mudah Dibagikan (*Shareable*)

Konten video dapat dengan mudah didistribusikan ulang ke jejaring sosial lain (seperti Facebook atau Twitter) atau disematkan (*embed*) di blog dan website



## G. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti (2025)

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode Analisis Isi (*Content Analysis*). Metode analisis isi kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak bertujuan untuk menghitung frekuensi kemunculan kata (seperti analisis isi kuantitatif), melainkan bertujuan untuk memahami dan menginterpretasikan makna mendalam, konteks, dan cara penyampaian pesan dakwah (Aqidah, Syariah, Akhlak) yang terkandung dalam video ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus. (Kriyantono,).

Justifikasi ini diperkuat secara logis oleh fenomena Ustadzah Halimah Alaydrus Di saat platform YouTube sangat visual, Beliau secara sengaja melakukan *de-emphasis* (penghapusan penekanan) pada pesan non-verbal (visual figur, gestur, ekspresi). Ia "memaksa" audiens untuk fokus murni pada isi pesan verbal (audio dan transkrip). Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif (menghitung kata) menjadi tidak relevan. Peneliti *harus* menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali "makna mendalam" (interpretasi) dari satu-satunya data yang tersisa, yaitu substansi pesan verbal itu sendiri, untuk menjawab rumusan masalah.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

#### a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah tempat dimana data untuk variabel penelitian melekat atau sumber dari mana data diperoleh. Menurut

(Arikunto), subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel yang dipermasalahkan. Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah video kajian pada channel Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus. Subjek ini dipilih karena menjadi wadah utama penyampaian pesan dakwah digital yang diteliti. Secara spesifik, subjek difokuskan pada video episode berjudul “Wanita Berkelas Surga”.

#### **b. Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Menurut (Sugiyono & Lestari, 2021), objek penelitian adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan definisi tersebut, fokus utama yang diteliti, yaitu isi pesan dakwah (yang dikategorikan sebagai Aqidah, Syariah, dan Akhlak) yang terkandung dalam satu video spesifik berjudul "Wanita Berkelas Surga" yang diunggah pada 22 Juni 2020.

### **3. Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yang dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi:

### a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Menurut (Sugiono), data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan, tanpa melalui perantara.

Data primer dalam penelitian ini berupa dokumen video dan transkrip teks dari tayangan di Youtube Ustadzah Halimah Alaydrus episode "Wanita Berkelas Surga". Pengumpulan data primer dilakukan dengan:

- 1) Observasi: Melakukan observasi non-partisipan (pengamatan tidak terlibat) dengan menonton secara cermat dan berulang-ulang video tersebut.
- 2) Dokumentasi: Mendokumentasikan data dengan mengunduh (*download*) video tersebut (untuk arsip) dan melakukan transkripsi verbatim, yakni mengubah seluruh ucapan (audio) Ustadzah Halimah Alaydrus menjadi teks utuh. Transkrip ini adalah data mentah utama yang akan dianalisis.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau

dokumen. Menurut (Sugiono), data sekunder adalah sumber data pendukung yang digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data primer. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, skripsi terdahulu, dan literatur lain yang relevan dengan analisis isi, pesan dakwah, dan media digital sebagai data statistik pendukung, seperti jumlah penonton (*views*), jumlah penyuka (*likes*), dan interaksi kolom komentar untuk melihat respons audiens. Penelitian ini, juga diperoleh melalui buku-buku karya Ustadzah Halimah Alaydrus (seperti *Bidadari Bumi dan Tujur Hati*) untuk memahami karakteristik pemikiran beliau.

#### 4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan bagian terpenting dalam penelitian untuk mengolah data mentah menjadi informasi yang bermakna (Suradika, 2019). yang peneliti gunakan yaitu dengan analisis isi deskriptif (*Content Analysis*) kualitatif, dengan mengadaptasi langkah-langkah sistematis dari Klaus Krippendorff yang terdiri dari empat tahapan, yaitu: *Unitizing*, *Sampling*, *Recording*, dan *Narrating*. Penggunaan analisis isi ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu pesan secara objektif. Berikut adalah penjelasan implementasinya dalam penelitian ini:

##### a. *Unitizing* (Peng-unit-an)

Tahap pertama dalam analisis isi model Krippendorff adalah pengunitan, (Krippendorff, K, 2004) mendefinisikan *unitizing* sebagai upayamemilah-milah dan memisahkan kesinambungan data menjadi

unit-unit yang lebih kecil dan memiliki makna untuk dianalisis. (Eriyanto) menambahkan bahwa unit analisis adalah bagian terkecil dari isi pesan yang akan diteliti karakteristiknya.

Dalam penelitian ini, unit analisis yang ditetapkan adalah unit tematik, yaitu satuan kalimat atau paragraf lisan (*speech act*) yang diucapkan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus yang mengandung muatan pesan dakwah (Aqidah, Syariah, dan Akhlak). Peneliti akan memecah durasi video menjadi segmen-segmen kalimat, dimana kalimat yang tidak mengandung pesan dakwah (seperti cek suara atau jeda teknis) akan dieliminasi dari unit analisis.

**b. *Sampling* (Pe-nyampling-an)**

Mengingat luasnya populasi konten di media sosial, diperlukan pembatasan melalui teknik *sampling*. *Sampling* dalam analisis isi bertujuan untuk menyeleksi unit-unit yang relevan dengan pertanyaan penelitian dari sekumpulan data yang tersedia (Krippendorff). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* (*sampling* bertujuan).

Peneliti tidak mengambil sampel secara acak. Peneliti sengaja memilih satu video ("Wanita Berkelas Surga") dari 1500+ video UHA. Pemilihan ini didasarkan pada argumen kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

### c. *Recording/Reduksi Data*

Tahap ini merupakan proses mentransfer unit data ke dalam kategori analisis. *Recording* atau pengkodean menjembatani antara unit data mentah dengan hasil analisis (Eriyanto, t.t.).

Dalam pelaksanaannya, peneliti menggunakan instrumen berupa lembar coding (*coding sheet*). Peneliti menyimak transkrip video, kemudian mengklasifikasikan setiap kalimat (unit analisis) kedalam kategori pesan dakwah yang telah diterapkan, yaitu:

- 1) Aqidah: segala pesan yang berkaitan dengan rukun iman dan hubungan vertikal dengan Allah
- 2) Syariah: Pesan yang berkaitan dengan hukum ibadah, dan aturan syariat bagi wanita.
- 3) Akhlak: pesan yang berkaitan dengan etika, adab, span santun, dan perilaku sosial wanita.

Untuk menjaga validitas data dan memudahkan pelacakan (*tracking*) setiap kutipan data (transkrip) yang telah dikodekan akan dilengkapi dengan catatan waktu (*timestamp*). Catatan waktu ini akan menunjukkan secara presisi menit dan detik.

Contoh: [05:14 - 05:25] kemunculan pesan tersebut di dalam video aslinya.

#### **d. *Inferring/Narrating***

Tahap terakhir dalam model Krippendorff adalah *Narrating*. Tahap ini adalah proses dimana peneliti memaknai data yang telah dikategorikan untuk menjawab rumusan masalah. (Krippendorff, 2018) menekankan bahwa analisis isi tidak boleh berhenti pada deskripsi angka frekuensi semata, tetapi harus memberikan penjelasan naratif (*thick description*) mengenai konteks sosial dibalik data tersebut. Pada tahap ini, peneliti akan menarasikan temuan data dengan cara:

- 1) Menjelaskan dominasi pesan dakwah yang muncul dalam video “Wanita Berkelas Surga”
- 2) Menginterpretasikan makna pesan tersebut dengan menghubungkannya pada teori komunikasi dan latar belakang Ustadzah Halimah Alaydrus sebagai pendakwah.

#### **5. Metode Keabsahan Data**

Untuk menjamin validitas (keabsahan) dan reliabilitas (kepercayaan) temuan dalam penelitian kualitatif ini, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data. Menurut (Sugiyono & Lestari, 2021), uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (objektivitas).

Dalam penelitian ini, fokus utama peneliti adalah kredibilitas menggunakan teknik Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pengumpulan

data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiono, 2012, t.t.). Sementara itu, (Moleong) mendefinisikan triangulasi sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Jenis triangulasi yang digunakan penelitian ini secara spesifik menggunakan triangulasi sumber. Menurut Sugiyono, triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam pelaksanaannya, peneliti melibatkan Prof. Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D. sebagai narasumber ahli (*expert judgment*) untuk memvalidasi temuan data. Pemilihan beliau didasarkan pada kapasitas keilmuan dan kiprahnya sebagai tokoh perempuan yang aktif dalam dakwah, pendidikan Islam, serta motivasi keumatan. Pandangan beliau digunakan untuk menguji dan memperkaya interpretasi peneliti terhadap konsep “Wanita Berkelas Surga” yang disampaikan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus. Proses ini dilakukan dengan mendiskusikan temuan sementara peneliti dengan beliau untuk mendapatkan perspektif pembanding yang objektif dan mendalam.

## **BAB IV PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis mendalam terhadap pesan dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus dalam video "Wanita Berkelas Surga" menyimpulkan bahwa beliau meredefinisikan 'wanita berkelas' melalui paduan utuh tiga pilar dakwah yang setara: Akidah sebagai fondasi keyakinan bahwa harga diri berasal dari pandangan Allah bukan materi, Syariah sebagai wujud ketaatan hukum melalui hijab dan kepatuhan pada suami, serta Akhlak sebagai pantulan perilaku sabar dan menjaga lisan. Namun, temuan ini menjadi perdebatan menarik saat diuji dengan perspektif ahli gender; di mana narasi 'kepatuhan mutlak istri' dinilai berisiko melanggengkan ketidakadilan jika ditelan mentah-mentah tanpa filter kritis. Dengan demikian, penelitian ini mengambil posisi objektif mengakui dakwah ini efektif sebagai penenang batin (healing), tetapi menegaskan perlunya kehati-hatian agar pesan agama tidak menjadi pembenaran atas ketimpangan dalam rumah tangga.

Sebagai penutup, perlu ditegaskan bahwa penelitian ini dilakukan semata-mata dengan tujuan akademis untuk menganalisis, mengetahui, dan mendeskripsikan muatan pesan dakwah yang ada. Penelitian ini bersifat netral dan objektif sehingga tidak bertujuan untuk mempromosikan, mengajak, atau merekomendasikan masyarakat untuk menonton atau mengikuti kanal Youtube tersebut. Fokus utama penelitian ini hanyalah membedah isi pesan dan dampaknya

bagi khalayak dan berbagai perspektif ilmiah, bukan sebagai bentuk dukungan maupun kampanye terhadap figur pendakwah tertentu.

## **B. Saran-Saran**

Berdasarkan temuan penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Tim Media & Ustadzah Halimah Alaydrus disarankan agar materi dakwah tidak hanya fokus pada janji surga atau ancaman neraka, tetapi lebih banyak mengangkat tema tentang bagaimana menjadi manusia yang bermanfaat bagi orang lain di dunia. Perlu dikembangkan cara penyampaian yang lebih merangkul semua golongan wanita.

2. Bagi Masyarakat (Khususnya Wanita Muslimah) Diharapkan bisa lebih kritis dan bijak dalam menerima pesan dakwah di media sosial. Jangan menelan mentah-mentah semua anjuran, terutama yang berkaitan dengan hubungan rumah tangga. Jadikan ceramah sebagai bahan wawasan semata, namun tetaplah belajar dari berbagai sumber agar pemahaman agama menjadi lebih luas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya Mengingat penelitian ini hanya membedah satu video spesifik, disarankan agar peneliti selanjutnya menganalisis jumlah video yang lebih banyak atau melakukan studi komparasi antar-video untuk menguji apakah pola pesan dakwah (Akidah, Syariah, Akhlak) tersebut konsisten di berbagai tema ceramah lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2020). Urgensi Dakwah dan Perencanaannya. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 12(1), 120–148.
- Alaydrus, H. (t.t.). *Pemuka Wanita Ahli Surga*.
- Alihan Satra, Hafidzah Assah, Aliffia Putri Azzahra, Aliya Jeny, & Ginanda Putri Indah Sari. (t.t.). The Interrelation Of Aqidah, Sharia, And Morality In The Perspective Of Ustadz Abdul Somad. 2025.
- Al-Mahalli, J., & As-Suyuthi, J. (t.t.). *Terjemah Tafsir Jalalain* (Vol. 1).
- Amalia, R. (2023). Strategi Personal Branding Da'iyah di Media Sosial: Studi Komparatif Ustadzah Oki Setiana Dewi dan Ustadzah Halimah Alaydrus. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(2), 145–162.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu Dakwah*.
- Azizah, N., & Utami, L. (2023). Resepsi Khalayak Perempuan Terhadap Pesan “Woman Empowerment” dalam Ceramah Ustadzah Halimah Alaydrus. *Jurnal Audiens*, 4(2), 210–225.
- Choliq, A. (t.t.). Pendekatan Komunikasi Dakwah dalam Membina Akhlakul Karimah. 2015, 35((2)), 241–255.
- Detik.com. (2024a). *Tanggapi Aksi Pendakwah yang Nyeleneh, MUI Ikut Prihatin dan Tidak Nyaman*.

- Detik.com. (2024b). *Viral Video Gus Elham Cium Anak Kecil di Atas Panggung, Netizen Geram*.
- El-Ishaq, R. (2016). *Pengantar Ilmu Dakwah: Studi Komprehensif Dakwah dari Teori ke Praktik*. (2016 ed.).
- Enjang, A. S., & Aliyudin, A. (t.t.). Dasar-dasar ilmu dakwah. Enjang, A. S., & Aliyudin, A. (2009). *Dasar-dasar ilmu dakwah*. Bandung: Widya Padjadjaran., 7.
- Eriyanto. (t.t.). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. 2011.
- Fakhrullah. (2025). *Wanita Berkelas Surga, Oleh Syarifah Halimah Alaydrus*.  
<https://www.syaichona.net/2025/06/04/wanita-berkelas-surga-oleh-syarifah-halimah-alydrus/>
- Hootsuite, & We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. [Software].  
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-Indonesia>
- HS, A. H. (2020). *Kitab Misbah al-Zalam Karya Syaikh Muhammad Muhajirin Amsar al-Dary dalam Perspektif Dakwah bi al-Qalam*. Penerbit A-Empat.
- Ilahi, W. (2010). *Komunikasi Dakwah*.
- iNews Jabar. (2023). *Profil dan Biodata Ustadzah Halimah Alaydrus, Pendakwah yang Tak Pernah Tunjukkan Wajah*.
- Katsir, I. (t.t.-a). *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim* (Vol. 6).
- Katsir, I. (t.t.-b). *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim* (Vol. 6).
- Katsir, I. (1998). *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim* (Vol. 7). Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.

- Kilat.com. (t.t.). Viral Video Ning Umi Laila dan Kontroversi Dakwah. 2025.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.).
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- La Adi. (2022). Konsep Dakwah Dalam Islam. *JURNAL PENDIDIKAN AR-RASYID*, 7(3).
- Martono, N. (2012). (t.t.). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Nurazizah, I. S., & Kurniati, N. (t.t.). *Analisis Isi Pesan Dakwah pada Akun Instagram@ Iqomic Januari–Maret 2021*.
- Orami. (2023). *Ustazah Halimah Alaydrus: Profil, Perjalanan Dakwah, dan Fakta Menarik*.
- Perempuan Membaca. (2021). *Resensi Buku Pilar Cahaya: Kisah 4 Sahabat Mulia Nabi Saw*.
- PPIM UIN. (t.t.). PPIM UIN Jakarta: Anak Muda Tidak Religius, Tapi Konservatif. 2021.
- Pridiastuti, A. (2022). Retorika dakwah ustadzah halimah alaydrus melalui media sosial youtube (analisis pada tema "rumah tangga" dalam channel ustadzah Halimah Alaydrus). *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Dakwah*, 6(2), 1–20.

- Qibtiyah, A. (2026). *Wawancara dengan Prof. Dr. Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.*
- Rahmasari, D., & Darmawanti, I. (2023). Self Identity And Religiosity Of Madurese People: Indigenous Concept Based On The Perspective Of Madurese Youth: religiosity Indigenous Concepts Based on the Perspective of Madurese Youth. *Psikis : Jurnal Psikologi Islami*, 9(1), 91–100.
- Rohmah, S. (2021). *Buku Ajar Akhlak Tasawuf*. Penerbit Nem.
- Saifuddin, M. (2021). Digital Marketing: Strategi Yang Harus Dilakukan UKM Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Terapan*, 5(1), 115–124.
- Shihab, M. Q. (2002). (t.t.). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*.
- Socialblade.com. (t.t.). Ustadzah Halimah Alaydrus YouTube Stats. 2025.
- Sugiono, 2012. (t.t.). *Sugiono, 2012*.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional). *Alvabeta Bandung, CV*.
- Suradika, A. (2019). *Teknik Analisis Data Penelitian Sosial*. Rajawali Pers.
- Syaichona.net. (2025). *Wanita Berkelas Surga oleh Syarifah Halimah Alaydrus*.
- Syukir, A. (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Al-Ikhlas.
- Tersiana, A. (t.t.). *Metode penelitian. (Anak Hebat Indonesia, 2018), 10*.
- Wikipedia. (2026a). *Bidadari Bumi: 9 Kisah Wanita Salehah*.
- Wikipedia. (2026b). *Halimah Alaydrus*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Halimah\\_Alaydrus](https://id.wikipedia.org/wiki/Halimah_Alaydrus)