

Komunikasi Profetik dalam Dakwah Gus Faiz Aminuddin di YouTube Ponpes Shofa Azzahro

Zulfa Nur Romadhon¹, Muhammad Abdul Mudhofar², Brillyant Yolandita Iswanda³, Naufal Zaky Afthoni⁴, Muhammad Khoirul Anas⁵, Vina Zinatul Khoiriyah⁶

¹²³⁴⁵⁶Institut Agama Islam Negeri Kudus

Email: [¹ ramanur366@gmail.com](mailto:ramanur366@gmail.com), [² abdulmudofar204@gmail.com](mailto:abdulmudofar204@gmail.com), [³ brillyantiswanda@gmail.com](mailto:brillyantiswanda@gmail.com), [⁴ zakyafthony89@gmail.com](mailto:zakyafthony89@gmail.com), [⁵ khoirulcbp@gmail.com](mailto:khoirulcbp@gmail.com), [⁶ vinaznt@gmail.com](mailto:vinaznt@gmail.com)

DOI: <https://doi.org/10.35878/muashir.v3i2.1630>

Article Info

Article history:

Received 21-04-2025

Revised 28-11-2025

Accepted 28-11-2025

ABSTRACT

In today's digital era, YouTube has become one of the most influential platforms for disseminating information and reaching a broad audience. As a modern communication medium, YouTube functions not only as a source of entertainment but also as a strategic tool for spreading various forms of information, including content that carries elements of Islamic preaching (dakwah). This study aims to analyze prophetic communication messages contained in the religious lectures delivered by Gus Faiz Aminuddin on the YouTube channel of Ponpes Asshofa Azzahro. Data collection methods include content observation and interviews with channel administrators, which were then examined using a content analysis approach grounded in prophetic values. The findings indicate that the lectures of Gus Faiz Aminuddin consistently reflect the three core components of prophetic communication: humanization, liberation, and transcendence. Humanization is demonstrated through messages encouraging compassion and mutual reminders in doing good, fostering empathy and social awareness. Liberation appears in content that promotes freeing individuals from negative behaviors, ignorance, and injustice. Meanwhile, transcendence is seen in the emphasis on strengthening spiritual connection with God through worship and deeper religious understanding. Thus, the channel's content is not only informative but also contributes to cultivating a humanistic and transformative religious consciousness.

Keywords: *Prophetic Communication, Digital Da'wah, Youtube, Gus Faiz Aminuddin*

ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, *YouTube* telah menjadi salah satu platform terpenting untuk berbagi informasi dan menjangkau audiens yang luas. Sebagai media komunikasi modern, *YouTube* tidak hanya berfungsi sebagai saluran hiburan, tetapi juga sebagai alat strategis dalam penyebaran informasi, termasuk konten yang memuat unsur dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pesan-pesan yang mengandung komunikasi profetik dalam kajian Gus Faiz Aminuddin pada channel *YouTube* Ponpes Asshofa Azzahro. Metode pengumpulan data meliputi observasi terhadap konten video serta wawancara dengan pengelola kanal, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis konten berbasis nilai-nilai profetik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kajian Gus Faiz Aminuddin secara konsisten memuat tiga unsur utama komunikasi profetik, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Humanisasi tercermin melalui ajakan untuk meningkatkan kepedulian antarsesama, seperti saling mengingatkan dalam kebaikan dan menumbuhkan empati sosial. Unsur liberasi tampak dalam pesan-pesan yang mendorong pembebasan manusia dari perilaku negatif, ketidaktahuan, dan sikap tidak adil. Sementara itu, transendensi direfleksikan dalam ajakan memperkuat hubungan spiritual dengan Allah melalui ibadah dan pemahaman agama yang mendalam. Dengan demikian, konten pada *channel* tersebut tidak hanya informatif, tetapi juga berperan dalam membentuk kesadaran keagamaan yang lebih humanis dan transformatif.

Kata Kunci: Komunikasi Profetik, Dakwah Digital, *Youtube*, Gus Faiz Aminuddin

**Corresponding author :*

Institut Agama Islam Negeri Kudus

Jl. Conge Ngembalrejo, Ngembal Rejo, Ngembalrejo, Kec. Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah

Email : ramanur366@gmail.com

Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi, pada kehidupan proses interaksi merupakan sebuah keniscayaan (Fadli, Akilla, Syawaluddin, & Noviani, 2023). Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan manusia, karena komunikasi berperan penting dalam setiap kegiatan sehari-hari. Seseorang tidak akan dapat menjalani hidupnya dengan keterbatasan dalam berkomunikasi, dan sangat tidak mungkin bagi seseorang untuk bertahan hidup tanpa berinteraksi dengan orang lain.

Komunikasi juga merupakan proses penyampaian informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media pesan (Irwan & Purnamasari, 2022). Komunikator disini adalah seseorang yang menyampaikan pesannya sedangkan yang menerima pesannya disebut komunikan. Dalam pembagiannya komunikasi beragam jenisnya, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan masih banyak lagi. Pada pembahasan kali ini peneliti akan membahas mengenai komunikasi profetik. Komunikasi profetik memiliki beberapa pengertian, diantaranya komunikasi profetik merupakan suatu usaha untuk mendekonstruksi kembali ajaran-ajaran yang bersumber dari Al-Qur'an sebagai sebuah pedoman (Rahman, Aswad, Aldiawan, & Badar, 2022).

Dalam pandangan Komunikasi Profetik, seseorang akan menemukan pemahaman yang lebih jelas mengenai peran dan kontribusi komunikasi kenabian dalam perkembangan sejarah ilmu komunikasi. Komunikasi profetik tidak hanya terbatas pada kelompok kerja agama, melainkan juga dapat diterapkan dalam konteks ilmu secara umum, karena mencakup isu kemanusiaan dan agama secara bersamaan. Ilmu ini lebih condong menjadi kerangka normatif daripada konsep empirik, namun tetap praktis dan pragmatis untuk menampung serta memberikan ruang bagi seluruh apresiasi ilmiah dalam tradisi Islam yang berkaitan dengan masalah komunikasi. Komunikasi profetik bukan hanya soal dakwah, tetapi juga berkaitan dengan

persoalan kemanusiaan secara lebih luas. Di dalamnya terdapat upaya komunikasi yang berfokus pada humanisasi, liberasi, dan transendensi. Pada penelitian kali ini, penulis akan menganalisis pesan dakwah melalui pemanfaatan media massa atau media sosial melalui pendekatan-pendekatan komunikasi profetik yang meliputi 3 unsur tadi.

Apalagi perkembangan zaman saat ini berpengaruh juga terhadap media digital yang terjadi. Arus kecepatan informasi pada media digital yang begitu cepat, menjadikan pesan atau informasi dapat diterima secara *real time*. Pengaruh media ini menyebar secara luas pada berbagai aspek kebutuhan setiap individu, baik dalam mendapatkan informasi, pendidikan, dan masih banyak lagi. Pada kajian kali ini, penulis memanfaatkan media sebagai sarana dalam berdakwah dengan menggunakan analisis komunikasi profetik. Dimana komunikasi profetik diterapkan melalui kajian pendakwah untuk penyampaian materi pendidikan khususnya pada pendidikan islami. Dalam konteks ini penelitian terkait komunikasi profetik yang diterapkan oleh Gus Faiz Aminuddin telah menjadi fokus utama dalam banyak kajian akademis di pondok pesantren, termasuk dalam bidang dakwah dan komunikasi Islami. Gus Faiz Aminuddin, adalah seorang tokoh yang aktif dalam menyampaikan pesan Islami melalui berbagai media, salah satunya adalah media *platform youtube*.

Dalam masa digital sekarang ini, *youtube* sudah jadi salah satu platform paling banyak penggunaannya, buat berbagi data serta menjangkau audiens yang luas (Purnomo & Efendi, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa *youtube* adalah salah satu media yang canggih dan cocok untuk perkembangan sekarang dan dapat terpublikasikan ke khalayak selama kontennya tidak melanggar etis penggunaan media tersebut. Dalam sebuah website kata.data.co.id, berdasarkan data *business of aps*, pengguna *youtube* di dunia telah mencapai 2,68 miliar. pada kuartal I-2023 (Annur, 2023). Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan lebih dari satu dekade terakhir. Melejitnya angka peningkatan penggunaan *youtube* disebabkan karena *platform* video tersebut melakukan penyesuaiannya dengan penggunaan

sejumlah fitur baru untuk menyaingi kompetitornya. Seperti fitur premium, *live streaming* hingga *short video*. Sebagai media komunikasi digital, *youtube* tidak hanya berfungsi sebagai saluran hiburan, tetapi juga sebagai alat untuk menyebarkan ide, nilai, dan pandangan dunia. Salah satu bentuk konten yang menarik perhatian penulis adalah konten Gus Faiz Aminuddin dalam *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong, yang menjurus pada bidang komunikasi profetik. Dimana hal tersebut berfokus pada penyampaian pesan-pesan spiritual, moral, dan sosial melalui lensa keagamaan. Komunikasi profetik memiliki potensi besar untuk membentuk opini publik, meningkatkan kesadaran sosial, dan mempromosikan nilai positif di tengah tantangan global yang dihadapi masyarakat saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi yang digunakan Gus Faiz Aminuddin dalam kontennya dengan menggunakan 3 unsur profetik (humanisasi, liberasi dan transendensi). Selain itu juga mengenai bagaimana pesan-pesan kajian yang disampaikan oleh Gus Faiz Aminuddin, makna yang terkandung dalam pesan ataupun konten yang di unggah serta bagaimana konten tersebut membentuk persepsi dan pemahaman masyarakat tentang nilai-nilai keagamaan khususnya dalam lingkup komunikasi profetik. Dalam penelitian ini penulis akan meneliti kajian mengenai pengajian pengajian dalam konten tersebut. Banyak sekali tema-tema Islami yang disampaikan oleh Gus Faiz Aminuddin. seperti sejarah, maulid nabi, haul, wisuda dan lain sebagainya. Dengan banyaknya pengajian tersebut penulis lebih tertarik pada tema tentang pengajian haul.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis adalah analisis isi (*content analysis*). Pendekatan kualitatif dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam praktik komunikasi profetik yang dilakukan oleh Gus Faiz Aminuddin dalam dakwahnya. digunakan untuk meneliti secara fokus dan intensif pada konten dakwah yang diunggah melalui kanal YouTube Ponpes Shofa Azzahro.

Analisis isi merupakan metode yang paling awal, paling penting, dan paling banyak diterapkan dalam penelitian. Metode ini berfokus pada pembahasan mendalam tentang isi dari informasi tertulis atau tercetak yang ada dalam media massa (Prasetya, 2020). Analisis isi adalah teknik sistematis untuk menganalisis dan mengolah pesan, serta alat untuk mengamati dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Menurut Neuman, analisis konten adalah "*content analysis is a technique for gathering and analyzing the content of text*" (Rahma & Rostam, 2024).

Metode ini digunakan untuk mengetahui isi dari suatu dokumen, dokumen yang dimaksud disini adalah konten dari dakwah Gus Faiz Aminuddin yang tersebar di media sosial, terutama di *channel youtube* Ponpes Asshofa Azzahro. Menurut Krippendorff, salah satu Teknik analisis untuk menemukan karakter sebuah pesan secara sistematis dan objektif dengan tujuan untuk mencari sebuah kesimpulannya (Naz, 2024). Sementara itu, menurut R. Holsti, analisis isi adalah teknik yang digunakan untuk menarik kesimpulan dengan cara menemukan karakteristik pesan secara objektif dan sistematis (Sitasari, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Konsep Komunikasi Profetik

Dalam sebuah kehidupan pastinya manusia membutuhkan manusia yang lain untuk memenuhi kebutuhannya (Fajrussalam, Afidlotul 'Azizah, Rahman, Hafizha, & Ulhaq, 2023). Mengingat manusia adalah makhluk sosial yang mana tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan dari orang lain. Contohnya dalam segi Pendidikan, ekonomi, Kesehatan dan lain sebagainya. Disisi lain manusia butuh terhadap sang penciptanya yaitu Allah Swt pada setiap hal. Mengingat manusia diciptakan di dalam muka bumi ini adalah tidak lain dan tidak bukan untuk beribadah. Seperti yang telah difirmankan Allah Swt: "Dan tidak aku ciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepadaku." (QS. Az Zuriat : 56).

Ibadah merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia sebagai bentuk ketaatan terhadap tuhan yang didasari oleh peraturan agama (Putra, Gibran, & Yudistiro, 2021). Membahas mengenai ibadah, ibadah disini konteksnya adalah global tidak hanya sholat saja. Melainkan suatu hal yang mendekatkan manusia pada tuhan dan menjauhi segala hal yang telah dilarangnya. Contoh lainnya adalah isi dari komunikasi profetik. Karena dalam komunikasi ini membahas mengenai humanisasi (*amar ma'ruf*), liberasi (*nahi munkar*) dan transendensi (*tu'minu billah*). Komunikasi profetik merupakan istilah baru dalam *khazanah* ilmu komunikasi, yang mengacu pada pola komunikasi kenabian Rasulullah Muhammad SAW yang sarat dengan kandungan nilai dan etika (Jamaluddin, Aguswandi, & Syahrul, 2020).

Komunikasi ini merupakan konsep yang terinspirasi dari cara Rasulullah Muhammad SAW berkomunikasi, yang sarat dengan nilai-nilai luhur dan etika yang mendalam. Dalam *khazanah* ilmu komunikasi, istilah ini merujuk pada pola komunikasi yang dilakukan Nabi Muhammad yang tidak hanya mengedepankan pesan yang ingin disampaikan, tetapi juga cara dan pendekatan yang penuh hikmah, empati, dan kesadaran akan kondisi penerima pesan. Komunikasi profetik diperkenalkan di Indonesia oleh Kuntowijoyo melalui konsep Ilmu Sosial Profetik (ISP). Bagi Kuntowijoyo, ISP tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan dan mengubah fenomena sosial, tetapi juga memberikan arah mengenai tujuan, manfaat, dan sasaran dari transformasi tersebut (Ridho & Hariyadi, 2021). Oleh karena itu, ilmu sosial profetik tidak sekadar mengubah berdasarkan cita-cita etik dan profetik, melainkan secara sadar mengandung nilai-nilai yang mencerminkan cita-cita yang diinginkan oleh masyarakat.

Dalam firman Allah SWT QS. Ali Imran :110 dijelaskan yang artinya: "Kamu (umat Islam) adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk umat manusia, (karena kamu) menyuruh (berbuat) yang maruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah SWT." (QS. Ali Imran: 110). Dari penjelasan ayat tersebut, ayat tersebut tiga unsur penting dalam Komunikasi profetik antara lain: *Amar ma'ruf* (humanisasi), *nahi munkar* (liberasi) dan

tu'minu billah (transendensi). Ketiga unsur tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Pertama, humanisasi yaitu pendekatan komunikasi melalui memanusiakan manusia. Sebagai makhluk yang sosial tentunya manusia saling membutuhkan manusia lainnya. Dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tidak hanya hal duniawi saja melainkan dalam urusan akhiratnya. Dengan memanusiakan manusia dapat menyeimbangkan dalam hal bersosial sehingga timbul rasa kasih sayang sesama manusia. Kedua, liberasi yaitu membebaskan manusia dari hal hal yang merugikan manusia.

Dakwah di Era Digital

Secara Bahasa dakwah berasal dari bahasa arab yang memiliki makna mengajak. Secara istilah, dakwah adalah mengajak seseorang dengan tujuan mengerjakan perbuatan yang telah diperintah oleh Allah SWT dan menjauhi segala larangan yang telah Allah tetapkan (Pamungkas & Halwati, 2023). Hal ini berdampak untuk membantu seseorang untuk selalu memperbaiki imannya kepada Allah dan menjalankan kewajiban sebagai seorang insan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat. Adapun komponen-komponen yang harus diperhatikan dalam berdakwah, seperti yang menyampaikan dakwah (*da'i*), yang menerima/ mendengarkan dakwah (*mad'u*), metode dakwah (*thariqah*) dan perantara dakwah (*wasillah*). Seorang *da'i* harus mampu mengelola dan memperhatikan komponen-komponen dakwah dengan cara yang efektif agar tujuan dakwah dapat tercapai.

Media yang dapat dimanfaatkan sebagai perantara berdakwah salah satunya adalah *youtube*. Platform *youtube* menjadi platform yang baik dalam berdakwah karena dalam platform tersebut konten yang diberikan murni dengan durasi yang lama alias tanpa dipotong dibandingkan dengan platform lainnya, jadi meminimalisir berita palsu. Selain itu platform ini memuat *fiture streaming* dengan resolusi yang baik, menjadi keunggulan tersendiri dibanding dengan platform lainnya. Dakwah yang akan diberikan harus memuat dan menghubungkannya dengan beberapa unsur, yaitu:

menyampaikan pesan (*da'i*), penerima pesan (*mad'u*), media dakwah (*wasillah*), dan metode dakwah (*thariqah*) (Fairuz, Safitri, & Hidayatullah, 2024).

Agar tujuan dakwah dapat tercapai, seorang *da'i* harus mampu untuk mengatur berbagai unsur dalam dakwah dengan cara yang efektif dan efisien. Saat ini media digital internet banyak digunakan sebagai sarana dakwah sangat efisien, mengingat daya jangkauan internet yang begitu luasnya dan bermacam-macam informasi dapat dengan begitu mudahnya tersebar dengan cepat. Terdapat banyak *da'i* menggunakan media digital dalam menyampaikan dakwahnya. Generasi millennial sekarang ini sudah mengikuti kemajuan teknologi yang dapat disebut sebagai era *Society 5.0*, sehingga perkembangan dakwah sudah seharusnya semakin maju.

Konsep dan Praktik Dakwah Digital Gus faiz Aminuddin

Pada era digital dimana segala akses informasi dibagikan dengan rentan waktu yang sangat cepat hingga dapat menyebar keseluruh dunia. Pemanfaatan penyebaran informasi pada era digital ini juga menarik perhatian oleh Gus Faiz. Era digital yang begitu dahsyat ini dimanfaatkan Gus Faiz pada konsep berdakwah yang melalui proses digitalis. Salah satu bentuk dari pemanfaatannya adalah berupa dakwah digital melalui *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong. Keputusan ini diambil oleh Gus Faiz setelah melihat banyaknya anak muda yang cenderung lebih suka menghabiskan separuh waktunya untuk berselancar di media sosial daripada di dunia nyata atau dunia sebenarnya. Melalui celah ini, diambil kesempatan oleh Gus Faiz melakukan dakwah digital melalui *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong, selain untuk tujuan mengikuti zaman yang serba digital ini, jika tidak diimbangi dengan kemajuan dalam bentuk digital dikhawatirkan proses berdakwah akan tertinggal di belakang sana.

Namun perlu digaris bawahi bahwa penyampaian dakwah secara digital ini juga tidaklah mudah, banyak aspek penting yang menjadi pertimbangan oleh Gus Faiz, salah satu dari aspek penting itu adalah bagaimana cara kita mengolah sebuah materi yang dapat dimengerti oleh

seluruh kalangan agar tidak terjadinya kesalahpahaman. Gus Faiz mengambil solusi yang dirasa cukup efektif yakni, melakukan pengolahan materi menjadi konsep *story telling* dan mengatur cara bicara yang menggunakan bahasa *universal* atau bahasa yang dapat dipahami untuk seluruh kalangan. Mengingat bahwa dalam berdakwah secara digital ini akan terekspos secara transparan pada *platform* digital, kesalahan kecil seperti kurangnya pemahaman pada suatu materi dakwah akan menimbulkan masalah yang cukup serius jika dipraktekkan dalam kehidupan nyatanya. Meninjau dari respon positif dakwah digital Gus Faiz dilihat dari jumlah banyaknya *viewers* dan kolom komentar yang ada pada *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong.

Pada praktik dakwah digital Gus Faiz yang telah terunggah pada *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong ini mengambil beberapa strategi, yaitu dalam penyampaian Gus Faiz memilih untuk mengedepankan aspek *entertainment* dengan cara memperhatikan psikis atau isu yang terjadi saat itu, konten juga termasuk hal penting dalam bagian dakwah digital. Bagaimana Gus Faiz ini membungkus konten dakwah beliau se menarik mungkin agar para *audien* tertarik untuk menonton kajian dakwah tersebut. Pemilihan konten dan bahan materinya ini sangat penting, kembali pada prinsip awal era digital semua informasi yang disebarkan adalah informasi atau isu yang dengan jadi perbincangan, dalam konten dakwah kita harus mengangkat materi isu terkini yang bisa menjadi bahan materi dakwah sebagai sarana pembelajaran digital. Dakwah dengan pemanfaatan digital ini diharapkan dapat menjangkau berbagai kalangan salah satunya adalah Gen Z, generasi muda saat ini yang seluruh kehidupannya berasal dari layar *smartphone*, dakwah digital yang diberikan ini menjadikan Gen Z sebagai sasaran utama, meninjau dalam aspek pendidikan non formal juga sangat penting untuk dipelajari dan diberikan pemahaman yang mendalam pula.

Selain mengedepankan konsep konten yang menarik, dalam penyampaian dakwah beliau juga menegaskan bahwa seorang publik figur seperti pendakwah, ustadz, atau kyai harus memegang teguh ideologi atau

prinsip yang dimiliki. Penyampaian materi dakwah tidak bisa dilakukan dengan hanya mengikuti isu yang viral saja tanpa mengulik lebih lanjut ke kongretan informasi nya, maka dari itu pentingnya untuk memegang teguh ideologi agar materi yang disampaikan memiliki bobot yang dapat dipertanggungjawabkan, tidak asal *fomo* mengikuti sebuah hal atau kasus yang sedang viral saja.

Implementasi komunikasi Profetik dalam Acara Haul pada Youtube Ponpes Shofa Azzahro Gembong

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis konten yang dibagikan dalam kurun waktu selama 1 hingga 5 bulan, mulai dari tanggal 30 mei 2024 sampai 12 november 2024 terakhir pada *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong dengan kajian yang isinya mengenai acara haul. Dari 5 bulan terakhir ada kurang lebih 16 video kajian Gus Faiz Aminuddin. Menurut penulis, dari 16 video yang telah dibagikan, ada 3 video yang memuat kajian yang berisikan mengenai acara haul atau memperingati orang yang telah meninggal. Dalam setiap vidio tersebut akan berisi satu unsur profetik, antara lain humanisasi, liberasi dan transendensi. Beberapa video tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, 3 Laku Para Wali, Ijazah Anak Sholeh & Ijazah Mahabbah Dari Gus Faiz Aminuddin Shofwan Gembong Pati

Dalam konten ini, Gus Faiz Aminuddin menjadi pembicara dalam rangka Haul Mbah Raden Bagus Aryo Damar dan Mbah Kyai Mbak Geni yang ditayangkan di *channel youtube* Ponpes Shofa Azzahro Gembong pada tanggal 8 Oktober 2024 dengan durasi 55 menit 30 detik. Intisari dalam video tersebut menjelaskan mengenai orang yang sudah meninggal ketika ada acara seperti ini (*haul*) apakah hidup kembali, beliau memberikan penjelasan bahwa orang yang sudah meninggal akan hidup kembali dan orang yang meninggal sangatlah senang karena jasanya yang dikenang dan banyak orang yang mendoakannya. perkataan dari Gus Faiz ini tersirat pesan yang memuat unsur transendensi bahwa orang yang meninggal secara logika pasti sudah

meninggal. Namun sejatinya orang yang meninggal itu baru dikatakan hidup, sedangkan orang yang hidup didunia ini baru dikatakan tidur. Hal ini sesuai dengan perumpamaan manusia dalam haditsnya yang artinya: "Manusia hakikatnya itu cuma tidur, tetapi setelah kematian baru dikatakan hidup". Hadis Nabi ini menjelaskan bahwa sejatinya yang namanya kehidupan itu setelah kematian. Dalam artian dunia hanyalah bekal manusia untuk perjalanan nantinya setelah kematian. Karena kehidupan yang kekal itu tempatnya di akhirat, bukan di dunia. Hal ini dikuatkan dengan landasan firman Allah SWT QS. Gafir: 39: "Wahai kaumku! Sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal".

Dari sinilah perkataan dari Gus Faizz Aminuddin dapat dipahami bahwa pentingnya kita mempercayai atau beriman kepada Allah SWT. Selanjutnya, beliau di menit 14.08-51.15

menjelaskan bahwa ada 3 tingkah para wali, antara lain:

Pertama, *Wani ngeleh* (berani lapar) maksud dari wani ngeleh disini adalah berani menahan hawa nafsu atau *tirakat*. Lebih tepatnya berani untuk berpuasa dan *tirakat* (melatih hawa nafsu pada dirinya). dalam bahasa arab disebut dengan *tirakatunnafsi*. Sehingga berdampak pada dirinya untuk menjadi pribadi yang lebih baik dan *taqorrub* (menjadikan dekat dengan Allah SWT).

Kedua, *Wani Melek* (berani menahan tidur) maksud dari wani melek adalah menyibukkan waktu malamnya dengan beribadah kepada allah SWT. para waliyullah menyibukkan malamnya dengan *qiyamullail* (menetapi malamnya dengan beribadah Allah SWT). Seperti yang dicontohkan Gus Faiz yaitu Syeikh Abdul Qodir Al-Jailani sudah terbiasa sholat subuh dengan menggunakan wudhu sholat isya, hal ini menunjukkan bahwa beliau, syeikh Abdul Qodir Al-jailani minumnya sedikit, makannya sedikit bahkan tidak tidur sama sekali. selain itu qiyamullail bisa diisi dengan membaca Alquran, sholawat, manaqib maupun sholat tahajud.

Kertiga, *Wani Moco* (suka membaca dan belajar) maksud dari *wani moco* adalah berani untuk membaca/ mengaji. Gus Faiz menjelaskan salah satu tolak ukur manusia dicintai oleh Allah SWT adalah seberapa besarnya dia membaca Alquran. Hal ini mengisyaratkan bahwa orang yang selalu membaca Al-Quran dimana-mana pasti akan dicukupi dan dipermudah oleh Allah SWT. Bahkan dengan membaca Al-Quran menjadikan suasana hati menjadi tenang.

Kedua, Haul Syekh Ahmad Mizan Margotuhu Kidul Margoyoso Pati bersama Gus Faiz Aminuddin Shofwan, MA Gembong

Inti dari konten tersebut adalah Gus Faiz menjelaskan mengenai larangan seperti disaat mengaji, tahlil dilarang untuk menggibah. Hal ini dilarang karena memang sikap *ghibah* (membicarakan kejelekan orang lain sementara orang yang dibicarakan tidak ada) ini sama saja seperti memakan bangkai saudaranya sendiri. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Hujurat ayat 12:

“Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan prasangka buruk (kecurigaan), karena sebagian dari prasangka buruk itu dosa. Dan janganlah sebagian kalian mencari-cari keburukan orang dan menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kalian merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah SWT. Sesungguhnya Allah SWT maha penerima taubat lagi maha penyayang”. Kemudian beliau menjelaskan bahwa orang yang tidak mencintai ilmu, tidak mencintai majlis ilmu, tidak mencintai orang sholeh, hal ini termasuk ciri-ciri orang yang tidak dipilih oleh nabi Muhammad SAW.

Hal ini disebabkan bertolak belakang dengan ajaran yang telah diberikan oleh nabi Muhammad SAW yang memerintahkan untuk menuntut ilmu, mencintai majlis ilmu maupun mencintai orang-orang sholeh. Dalam Al-Quran Selain itu Gus Faiz beliau menjelaskan bahwa dalam berdoa jangan berdoa yang isinya itu cuma urusan dunia, namun berdoalah selain urusan dunia. Karena sejatinya dunia itu hina dan sementara. Dari penjelasan Gus

Faiz tersebut dapat ditarik benang merah bahwa contoh-contoh yang telah disebutkan tersebut memuat unsur profetik yaitu liberasi (*nahi munkar*). Contoh-contoh tersebut adalah contoh melarang dari kemungkaran. Dengan adanya larangan tersebut diharapkan para jemaah sadar akan kemungkaran tersebut.

Ketiga, Tausiyah Gus Faiz Gembong dalam Rangka Haul Almaghfurlah KH. Imam Shofwan

Inti dari konten tersebut adalah ajakan dari Gus Faiz Aminuddin untuk membudidayakan iman dan taqwa dirinya masing-masing. dengan tujuan antara lain:

1. Jaminan orang yang bertaqwa adalah hidupnya akan nikmat, diberikan rahmat dari Allah dari langit maupun bumi.
2. Diberikan jalan keluar dalam masalah hidupnya. beliau menyampaikan bahwa setiap orang yang hidup pasti ada ujian dan cobaan nya masing-masing, seperti anak nakal, penyakit, ekonomi, anak nakal dan lain-lain. namun dari cobaan tersebut selama seseorang dekat dengan Allah pasti akan diberi jalan keluar atau solusi.
3. Diberi rezeki yang barokah dari jalan yang tidak disangka-sangka.
4. Diberikan kecukupan kebutuhannya. tidak sampai kekurangan.

Dari ke 4 hal tersebut kunci bahagia dunia dan akhirat adalah dekat dengan Allah SWT, Nabi Muhammad SAW, orang-orang sholeh, dekat dengan majlis ilmu/pengajian. Dari penjelasan konten tersebut menandakan unsur profetik yaitu humanisasi (*amar maruf*), yaitu mengerjakan kebaikan maupun ajakan untuk berbuat baik. Dalam konten tersebut Gus Faiz mengajak para jamaahnya untuk selalu dekat dengan Allah SWT dengan mengerjakan kebaikan dan meninggalkan keburukan, dekat dengan nabi muhammad yaitu dengan mengerjakan sunah-sunahnya, mengikuti ajaran-ajarannya. selain itu Gus Faiz mengajak jamaahnya untuk cinta dan dekat kepada orang-orang sholeh seperti para kyai, alim ulama dan mencintai majlis

ilmu. semua ini adalah ajakan kebaikan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

Kesimpulan

Nilai-nilai profetik dalam kajian Gus Faiz Aminuddin tercermin dalam setiap pesan dakwah yang disampaikan, khususnya pada rangkaian acara haul yang diunggah melalui channel YouTube Ponpes Asshofa Azzahro. Unsur transendensi, liberasi, dan humanisasi hadir secara relevan dengan dinamika Era *Society 5.0* yang menuntut adaptasi pesan keagamaan ke dalam ruang digital. Pemanfaatan *YouTube* sebagai media dakwah menjadi penting karena mayoritas generasi muda lebih banyak menghabiskan waktu di media sosial. Oleh karena itu, dakwah digital menjadi strategi agar pesan keislaman tetap relevan, mudah diakses, dan mampu membentuk kesadaran publik di tengah perkembangan teknologi yang cepat.

Implementasi komunikasi profetik dalam konten haul selama 30 Mei 2024 hingga 12 November 2024 menunjukkan penerapan ketiga unsur profetik secara konsisten. Video pertama memuat nilai transendensi melalui ajaran bahwa kematian merupakan fase kehidupan yang sejati, sehingga manusia harus memperkuat iman kepada Allah SWT. Video kedua menampilkan nilai liberasi dengan ajakan untuk tidak membatasi doa pada urusan dunia, tetapi mengutamakan akhirat. Adapun video ketiga menampilkan nilai humanisasi melalui seruan amar makruf nahi mungkar, yaitu mengajak jamaah meneguhkan iman dan takwa dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, dakwah Gus Faiz tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif dan sesuai kebutuhan spiritual masyarakat modern.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023). Terus Bertambah, Jumlah Pengguna *Youtube* Di Dunia Capai 2,68 Miliar Orang Per Kuartal I-2023 | Databoks. Diambil 18 Desember 2024, Dari <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Teknologi-Telekomunikasi/Statistik/92b1aa4da4a369c/Terus-Bertambah-Jumlah-Pengguna-Youtube-Di-Dunia-Capai-268-Miliar-Orang-Per-Kuartal-I-2023>
- Fadli, M., Akilla, N., Syawaluddin, & Noviani, D. (2023). Komunikasi Organisasi Pendidikan Islam. *Pengertian: Jurnal Pendidikan Indonesia (Pjpi)*, 1(2), 201–206. <https://doi.org/10.61930/Pjpi.V1i2.228>
- Fairuz, D., Safitri, N. K. E., & Hidayatullah, A. (2024). Peran Teknologi Digital Dalam Menyebarkan Dakwah Islam Di Era Modern Dalam Konten *Youtube* Studio Al-Fusha Tv. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(1), 59–84. <https://doi.org/10.35878/Muashir.V2i1.1116>
- Fajrussalam, H., Afidlotul 'Azizah, Rahman, E. A., Hafizha, F. Z., & Ulhaq, S. (2023). Hakikat Dan Eksistensi Manusia Sebagai Mahluk Yang Bermoral. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 1706–1721.
- Irwan, I., & Purnamasari, J. (2022). Peranan Komunikasi Massa Dalam Penyampaian Informasi Pada Masyarakat Kampung Adoki Distrik Yendidori Kabupaten Biak Numfor. *Copi Susu: Jurnal Komunikasi, Politik & Sosiologi*, 4(1), 50–55.
- Jamaluddin, H., Aguswandi, & Syahrul. (2020). Komunikasi Profetik Islam (Nilai Dan Etika Komunikasi Perspektif Islam). *Al-Ubudiyah:*

Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam, 1(2), 39–43.
<https://doi.org/10.55623/Au.V1i2.12>

Naz, I. R. (2024). Implikasi Dakwah Moderat Ustadz Abdul Somad Terhadap Toleransi Beragama Di Indonesia. *Mu'ashir: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(1), 37–58.
<https://doi.org/10.35878/Muashir.V2i1.922>

Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). Tantangan Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru. *Arkana: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(01), 146–158. <https://doi.org/10.62022/Arkana.V2i01.4036>

Prasetya, R. F. (2020). *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Lagu Glenn Fredly Dan Tompi Dalam Lirik Lagu Agamamu Agamaku* (Bachelorthesis, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Diambil Dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55296>

Purnomo, D. E., & Efendi, E. (2024). Pemanfaatan Teknologi Digital Oleh Majelis Ta'lim Darrussofa Medan Dalam Melaksanakan Dakwah Di Media Sosial: Use Of Digital Technology By Majelis Ta'lim Darrussofa Medan In Carrying Out Da'wah On Social Media. *Qulubana: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(1), 220–236.
<https://doi.org/10.54396/Qlb.V5i1.1266>

Putra, D. K., Gibran, M. K., & Yudistiro, N. (2021). Aman Beribadah Saat Pandemi Covid 19 Di Masjid Al Muhajirin. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Lppm Umj*, 1(1). Diambil Dari <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/Semnaskat/Article/View/10849>

- Rahma, A., & Rostam, B. M. (2024). Pembentukan Moral Anak Sesuai Fitrahnya Melalui Pendidikan Islam. *Mutiara: Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(2), 918–929.
<https://doi.org/10.57185/Mutiara.V2i2.147>
- Rahman, Aswad, M., Aldiawan, & Badar. (2022). Konsep Komunikasi Profetik (Kenabian) Sebagai Strategi Dakwah. *Shoutika*, 2(1), 1–6.
<https://doi.org/10.46870/jkpi.V2i1.215>
- Rajasyah, M. A. (2023). Integrasi Agama, Masyarakat Dan Budaya: Kajian Tentang Tradisi Haul Dan Ziarah Dalam Masyarakat Palembang. *Jurnal Riset Agama*, 3(1), 236–248.
<https://doi.org/10.15575/jra.V3i1.23521>
- Ridho, A. R., & Hariyadi, M. (2021). Reformulasi Etika Dakwah Berbasis Komunikasi Profetik dalam Al-Qur'an. *Komunike*, 13(1), 53–78.
<https://doi.org/10.20414/jurkom.V13i1.3351>
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif. *Forum Ilmiah*, 19(01). Diambil Dari
<https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/Formil/Article/view/5082>