

MEDIA BARU DAN BUDAYA POPULER DI ACEH (Kajian Nilai-Nilai Dakwah Transformatif Dalam *Aceh Pop Culture Fest Fest Di Kota Banda Aceh*)

Syukri Syamaun¹, Syukur Kholil²

¹Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹syukri@gmail.com, ²syukurkholil@uinsu.ac.id

Abstract: *This research is a mini-qualitative research that aims to synthesize the transformative da'wah values that exist in the Aceh Pop Culture Fest which is being held in Banda Aceh at 18 to 20 March 2023, the Aceh Culture and Tourism Office. Research data were obtained from 2 sources, namely: the Aceh Culture and Tourism Office website which contains activity information about the Aceh Pop Culture Fest Fest and video recordings of the festival during the activity. The results of the study show that the Aceh Pop Culture Fest Fest is a cultural accompaniment carried out among the younger generation. This activity contains transformative da'wah values because it is oriented towards empowering people from bad to good conditions, from weak to strong conditions, so they can be competent in a global world.*

Keywords: *New Media, Popular Culture, Transformative Da'wah, Aceh Pop Culture Fest*

Abstrak: Penelitian ini merupakan mini riset kualitatif yang bertujuan untuk mensintesakan nilai-nilai dakwah transformatif yang ada dalam Aceh Pop Culture Fest yang diadakan Banda Aceh tanggal 18 sampai 20 maret 2023, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh. Data penelitian diperoleh dari dua sumber, yaitu: situs Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh yang berisikan informasi kegiatan Aceh Pop Culture Fest Fest dan rekaman video kegiatan festival selama kegiatan berlangsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Aceh Pop Culture Fest Fest bersifat pendampingan budaya yang dilakukan di kalangan generasi muda. Kegiatan ini mengandung nilai-nilai dakwah transformatif karena berorientasi pada pemberdayaan masyarakat dari kondisi tidak baik menjadi baik, dari kondisi lemah menjadi kuat, sehingga dapat berkompetensi dalam dunia global.

Kata Kunci: *Media Baru, Budaya Populer, Dakwah Transformatif, Aceh Pop Culture Fest*

¹Mahasiswa Program Doktor Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Email: syukri-syamaun@ar-raniry.ac.id

²Guru Besar Ilmu Komunikasi dan Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi media komunikasi dan informasi mewariskan perubahan besar dalam tatanan kehidupan manusia, baik perubahan gaya hidup, tata nilai, cara pandang, bahkan pola beragama. Media komunikasi telah mengatur perilaku manusia secara totalitas dan tanpa disadari sejalan dengan kualitas aktivitas manusia dalam berinteraksi dengan media komunikasi. Manusia yang erat interaksinya dengan kecanggihan teknologi pada satu sisi membantu mempermudah hidupnya dalam dinamika perputaran waktu dan peradaban dunia yang cepat dan instan. Sementara pada kenyataan lain juga berimplikasi pada perubahan paradigma masyarakat dalam menyikapi kehidupannya. Realitas sekarang ini memperlihatkan loncatan peradaban tiga langkah ke depan dibandingkan dengan peradaban seperempat abad sebelumnya. Semua ini memungkinkan sebagai akibat atau peran media komunikasi baru atau new media. Dalam kaitan ini, Syukur Kholil dalam bukunya “Isu-Isu Komunikasi Kontemporer” menulis bahwa seiring dengan berkembang era konvergensi media, maka pertumbuhan new media tidak terhindarkan. Menurut beliau, munculnya new media terkait erat dengan hadirnya internet meskipun dalam perkembangannya new media tidak hanya terbatas pada internet.³

Pola hidup masyarakat era media baru telah memasuki kehidupan yang menjadi bagian munculnya budaya baru yang kualitasnya mampu mendominasi dan memporandakan kemapanan tatanan budaya lokal yang selama bertahun-tahun menjadi bagian dari jatidiri bangsa, hasil warisan dari para pendiri bangsa ini. Budaya populer sebagai “warisan” para importir penguasa media yang secara sengaja atau tidak sengaja telah memegang kendali realitas kehidupan yang melindas secara perlahan hingga akhirnya menggeser budaya lokal sampai tersudutkan dan terlempar dari lingkungan masyarakatnya. Berdasarkan hasil riset yang dihimpun *Cupo Nation* periode awal 2019, dilihat dari tren media sosial, Indonesia merupakan pengguna facebook peringkat ke-4 dunia, sementara India menduduki peringkat pertama negara dengan total pengguna mencapai 290 juta atau 19,01 persen penduduknya. Diikuti Amerika Serikat (190 juta atau 57,76

³Syukur Kholil dan Maulana Andinata Dalimunthe, *Isu-Isu Komunikasi Kontemporer*, Cet. I, (Medan: Perdana Publishing, 2015), hal. 75.

persen dari populasi), Brasil (120 juta atau 57,06 persen dari populasi), dan Indonesia (120 juta atau 44,94 persen dari populasi).⁴

Munculnya budaya populer (lebih dikenal dengan “budaya pop”) tidak terlepas dari peran seta negara adi daya Amerika Serikat dalam memproduksi dan menyebarkan budaya populer, melalui industri budaya populer seperti: *Music Television* (MTV), *McDonald*, *Hollywood*, dan industri animasi seperti *Walt Disney*, *Looney Toones* dan sebagainya. Sejalan dengan kemajuan negara-negara dunia ketiga, maka bermunculan negara-negara lain yang juga menjadi pusat budaya populer seperti: Jepang, Hongkong, Taiwan dan Korea Selatan.

Masyarakat domestik (*domestic society*) – sebagaimana berlaku juga untuk orang Aceh – tidak mampu menghindari banjir besar budaya pop ini. Fenomena menunjukkan bahwa banyak orang Aceh yang terjebak dalam perangkap mengusung “budaya asing” itu. Mereka dipaksa “menjadi bagian hidup” dari masyarakat modern dengan segudang budaya populernya. Sulit dibayangkan betapa masyarakat Aceh yang notabene awalnya adalah masyarakat introvet yang sulit menerima budaya asing justru terjebak dalam dunia lain yang “bukan dirinya” sampai menjadi gaya hidup yang kontradiktif dengan status kedaerahannya.

Sebagai salah satu bentuk introspeksi diri, masyarakat secara sadar atau tidak sadar telah menjadikan budaya asing atau dikenal budaya populer yang diadopsi dari kemajuan media baru atau media massa sebagai bentuk kemajuan teknologi informasi. Budaya populer (*pop culture*) sudah menjadi konsumsi keseharian masyarakat Aceh yang tidak saja menyajikan konten menghibur, malahan bergeser pada kecenderungan penikmatnya untuk meniru gaya hidup, pola pikir, kepribadian, dan perilaku konsumeris lainnya.⁵ Kontroversi antara jati diri masyarakat Aceh dan budaya populer ini terlihat dalam pola dan gaya hidup muda mudi yang telah menampakkan gejala “seliweran” dalam menggunakan kata-kata untuk menunjukkan pola pergaulan yang terkesan pop. Maka bermunculah istilah-istilah gaul yang kerap berorientasi pada hal-hal negatif, seperti: NSFW (*Not Safe*

⁴Andhika Dinata,
<https://www.gatra.com/detail/news/425153/teknologi/penggunaanfacebook-di-indonesia-terbesar-keempat-dunia>, Diakses, 28 Juni 2020.

⁵ Usman, A. R., Sulaiman, A., Muslim, M., & Zulyadi, T. (2023). Conflict and Cultural Adaptation of the Aceh Rohingya Refugees in Media Opinion. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 109-124.

For Work) yang mengindikasikan konten atau link yang tidak baik, PAP (*Post A Picture*) meminta lawan bicara untuk mengunggah atau mengirim foto, JBB (*Join Bareng*) saat seseorang mau bergabung dalam sebuah percakapan, dan sebagainya.

Pada tanggal 18 sampai 20 maret 2023, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh menggelar *Aceh Pop Culture Fest* di Taman Sulthanah Safiatuddin Kota Banda Aceh. Penyelenggaraan *Aceh Pop Culture Fest* ini merupakan salah satu bentuk kreatifitas yang mengakomodir kegandrungan kalangan milenial Aceh (khususnya yang ada di Kota Banda Aceh) untuk menjiplak budaya luar tanpa melalui proses akulturasi. Sebagaimana diungkapkan Kepala Bidang Pemasaran, T. Hendra Faisal dalam sambutan pembukaan acara tersebut, bahwa budaya populer atau *pop culture* sedang mewabahi kalangan remaja Aceh termasuk dalam cara berpakaian akibat trend penggunaan media baru yang tidak bisa dibendung dan dihalangi. Inilah alasan kuat yang mendasari perlunya dilakukan kegiatan “tandingan” sebagai wujud antisipatif penularan *pop culture* secara meluas. Perkembangan dan kemajuan peradaban era sekarang saat ini harus dilewati dengan bijak dengan tetap memegang teguh normatifitas agama dan budaya lokal. Kebiasaan gaya hidup individual yang sifatnya negatif diarahkan dalam bentuk kebiasaan komunal atau kelompok yang bernuasa saling menguntungkan antar sesama anggota kelompok atau komunnal terebut. Budaya populer yang masuk ke Aceh menjadi tantangan baru bagi masyarakat untuk tetap menjaga budaya leluhur ke Acehan serta kearifian lokal, tanpa mengesampingkan perkembangan zaman saat ini.

Dalam perspektif dakwah Islam, aktivitas *Aceh Pop Culture Fest* initermasuk langkah ijtihad dalam kaitan mencari ruang dan waktu untuk mentransfer pesan dakwah dalam berbagai media, persis semacam sebuah proses marketing yang dilakukan pegiat bisnis untuk membaca atau menemukan peluang-peluang serta terus melakukan inovasi produknya ke berbagai media sehingga dapat menjangkau masyarakat konsumennya secara masif. Jalaluddin Rakhmat⁶ mengatakan bahwa Imam Al-Ghazali pernah melakukan hal serupa ketika beliau merumuskan metode atau pola dakwah dalam majelis ilmu. Sejatinya para pelaku dakwah mampu memikirkan kemungkinan dakwah melalui media massa. Seperti

⁶Jalaluddin Rakhmat, *Hegemoni Budaya*, (Yogyakarta: Benteng. 1997), hal. 50.

halnya Imam Al-Ghazali pernah merenungkan pengaruh buku-buku filsafat Yunani pada pemikiran Islam, maka para da'i pun selayaknya juga merenungkan pengaruh infiltrasi kebudayaan melalui media massa.

Penelitian dan kajian ilmiah tentang media baru dan budaya populer sudah banyak dilakukan para ahli atau mahasiswa program doktoral di berbagai Universitas dan institut. Sebagai sampelnya, tulisan Astrid Faidlatul Habibah dan Irwansyah “Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru” (*Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* Vol. 3 No.2 10 Juli 2021) menyimpulkan akses yang memadai terhadap informasi pada akhirnya meningkatkan peran masyarakat dalam membuat perubahan seiring dengan adanya peluang yang sangat luas dalam melakukan komunikasi umpan balik.⁷ Hasan Sazali dan dan Ali Mustafa “New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia” (*New Media and Stengthening Religious Moderation in Indonesia*) dalam *Jurnal Komunikasi* (Volume 17, Nomor 2, April 2023) menyimpulkan bahwa kehadiran media baru memberi pengaruh dalam keberagamaan manusia.⁸ Dan masih banyak artikel hasil penelitian yang juga membahas terkait *new media* dan *pop culture*.

Penelitian dan artikel terkait paradigma dakwah kontemporer telah banyak diteliti dan ditulis oleh para ahli: “Dakwah Islam Di Era Milenial” yang ditulis oleh Abdul Ghofur Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang yang dipublikasikan dalam *Jurnal Dakwatuna* (Volume 5 Nomor 2 Agustus 2019) yang menyimpulkan *This paper has a focus on how to preach in the millennial era by preparing preachers to be able to adapt to the development of science and technology so that they can utilize various communication and information media that are widely used by millennials.*⁹ Edy Sutrisno, “Moderasi Dakwah di Era Digital dalam Upaya Membangun Peradaban Baru” dalam *AL-INSAN* Vol 1 No. 1, November 2020 yang menyebutkan konsep dakwah harus bisa memposisikan diri di ruang digital sebagai

⁷Astrid Faidlatul Habibah dan Irwansyah “Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru” dalam *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* Vol. 3 No.2 10 Juli 2021, hal. 350.

⁸Hasan Sazali dan dan Ali Mustafa “New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia” (*New Media and Stengthening Religious Moderation in Indonesia*) dalam *Jurnal Komunikasi* (Volume 17, Nomor 2, April 2023), hal 167-184.

⁹Abdul Ghofur, “Dakwah Islam Di Era Milenial” dalam *Jurnal Dakwatuna*, Volume 5 Nomor 2 Agustus 2019, hal. 136.

arena kontestasi untuk merebut hati umat guna membangun peradapan baru dalam dunia dakwah, diantara pendekatan yang dapat dilakukan adalah; Pertama, mengemas pesan dakwah di era digital. Kedua, digitalisasi dakwah melalui website. Ketiga, memaksimalkan video dakwah di era digital. Keempat, moderasi dakwah dalam bentuk artikel, dan Kelima, moderasi dakwah dalam keluarga.

Masih banyak penelitian dan artikel yang mengkaji media baru, budaya pop yang terkait dengan dakwah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, fokus utama dari artikel ini adalah meneliti aktifitas yang dilakukan Dinas Kepariwisata Aceh terkait dengan yang program *Aceh Pop Culture Fest* terutama dikaitkan dengan pendekatan dakwah yang sifatnya kontemporer. Pertanyaan penelitiannya adalah: Apa saja kegiatan *Aceh Pop Culture Fest* yang terkait dengan akulturasi budaya bagi para remaja di Kota Banda Aceh? Bagaimana nilai-nilai dakwah transformatif yang dapat disintesisakan dari *Aceh Pop Culture Fest* di Kota Banda Aceh?

B. Kajian Konseptual

1. Kajian tentang Media Baru

Dalam kajian media komunikasi, setiap media yang baru lahir disebut dengan media baru. Hasan Sazali dan Ali Mustafa – dengan mengutip beberapa pendapat para ahli – menyebutkan bahwa istilah *new media* atau media baru belum menanpakkan kata sepakat di kalangan para ahli, bahkan sebagian dari mereka menganggap istilah atau terminologi tersebut memiliki makna yang ambigu.¹⁰ Perbedaan ini disebabkan karena semua media yang baru muncul, akan dianggap sebagai media baru. Contohnya, media cetak (koran, majalah, tabloid), media elektronik (radio, televisi dan internet) pada awal munculnya semua dikatakan media baru. Masih mengutip artikel Sazali di atas, media baru yang dimaksud di sini tentunya tidak dipandang dari aspek kebaruannya, tetapi lebih pada aspek transformasi sebuah alat yang dapat menjalankan beragam fungsi dalam menyajikan sebuah informasi. Dengan mengutip pendapat para ahli, Sazali mengidentifikasi beberapa karakteristik atau konsep kunci untuk dapat disebut

¹⁰Hasan Sazali dan Ali Mustafa “New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia” (*New Media and Stengthening Religious Moderation in Indonesia*) dalam *Jurnal Komunikasi* (Volume 17, Nomor 2, April 2023), hal 168.

sebagai media baru, yaitu *network* (menggunakan jaringan), *information* (menjadi platform penyebaran informasi), *interface* (memiliki berbagai fitur tampilan), *archive* (adanya arsip digital), *interactivity* (adanya interaksi), dan *simulation* (kemampuan menciptakan realitas rekaan).¹¹

Media yang memenuhi kategori di atas dan dapat digolongkan media baru saat ini adalah media sosial dengan beragam platformnya, seperti: instagram, facebook, twitter, youtube, podcast, vodcast, path, tiktok, dan sebagainya. Media baru juga termasuk komputer, DVD, VCD, portable media player, smartphone, video game hingga virtual reality. Berbagai media sosial sebagai bentuk dari media baru ini membuka peluang bagi masyarakat untuk secara masif mendapatkan informasi baik dengan berbicara, berbagi, berpartisipasi maupun membentuk jejaring online.

Beda halnya dengan media lama (konvensional) maka media baru terjadinya desentralisasi dalam perolehan informasi yang tidak sepenuhnya bergantung pada komunikator. New media memiliki kemampuan tinggi dalam hal pentransferan pesan-pesan kepada komunikee melalui kabel dan satelit sehingga meminimalisir munculnya hambatan dalam proses komunikasi yang biasanya terjadi akibat *noise* dari pemancar siaran lainnya. McQuail, sebagai mana dikutip Astrid Faidlatul Habibah dan Irwansyah, membagi media baru dalam empat jenis: komunikasi interpersonal, interaktif bermain, media pencarian informasi, dan media partisipasi. Media komunikasi interpersonal terdiri atas perangkat yang lekat dengan kehidupan masyarakat dan bersifat praktis seperti handphone, e-mail, dan telepon. Media interaktif bermain meliputi perangkat yang berfungsi sebagai medium dalam mengantarkan kesenangan, Media pencarian informasi berupa portal atau search engine dalam sebuah perangkat komputer dan jaringan nirkabel sedangkan media partisipasi kolektif memanfaatkan perkembangan teknologi berupa internet untuk menyebarluaskan informasi, pendapat, dan pengalaman sehingga memicu afeksi dan emosional.¹²

Keunggulan teknis yang dimiliki media baru semakin memperkuat postulat Marshall McLuhan: *we shape our tools, and thereafter our tools shapes us*. Dalam

¹¹Hasan Sazali dan dan Ali Mustafa..., hal 168.

¹²Astrid Faidlatul Habibah dan Irwansyah "Era Masyarakat...hal. 356.

konteks budaya juga agama, kemajuan teknologi informasi dengan munculnya berbagai media baru telah menjadi agama borderless dalam artian pagar normatifitas agama begitu mudahnya terlanggar (bukan dilanggar) karena orang tanpa sadar dengan sangat mudah berpindah dari suatu ruang waktu yang hampir bersamaan (contohnya kecanggihan aplikasi dalam sebuah handphone, seseorang bisa mengakses dan menyimpan hasil telusurnya dalam satu layar hp). Riaz – sebagaimana dikutip James R Situmorang – *to day we are living in digital world where new media technology has changed the world. We all have been heavily influence by new media technology. We all use internet for information and connection purpose. The advent of internet has drastically changed our life styles.*¹³

2. Pendekatan Dakwah Transformatif

Secara etimologi, Jum'ah Amin Abdul Aziz memberikan defenisi terhadap terminologi dakwah dalam beberapa pengertian, yaitu: “memanggil”, “menyeru dan mendorong pada sesuatu”, “menegaskannya atau membelanya” (baik kepada yang hak atau yang bathil, yang positif maupun negatif), “suatu usaha berupa perkataan atau perbuatan untuk menarik manusia ke suatu aliran atau agama tertentu”, dan “memohon dan meminta”, yang sering disebut dengan “berdo'a”.¹⁴ Dr. Muddathir Abder-Rahim dalam bukunya *Dakwah and Inter-Religious Tolerance* menulis: *”dakwah, briefly and simply explained, is the Call or Invitation to Islam..... Universal in scope and peacefully by definition, dakwah may thus be more fully described as the the invitation directed to intelligence and sesibilities of the human beings, individually and collectively, to embrace Islam; a faith and way of life which, incidentally, derived its name from a root which also means peace”*¹⁵.

Berdasarkan beberapa pengertian dasar di atas, pada prinsipnya dakwah memiliki domain kerja yang kompleks dan rumit. Dakwah bukan hanya suatu proses transfer informasi (pesan-pesan Islam) tetapi juga merupakan aktivitas sosio-

¹³James R Situmorang, “Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik” dalam *Jurnal Adminsitasi Bisnis*, Vol. 8 No, 1, 2012, hal. 73.

¹⁴Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Dakwah*, Terj. Abdul Salam Masykur, (Solo: Era Intermedia, 2003), hal. 23-25.

¹⁵Dr. Muddathir Abdel-Rahim, *Da'wah and Inter-Religious Tolerance*, (Kuala Lumpur: ISTAC, t.t.), hal. 1.

kultural, sosio-politik bahkan menyangkut persoalan kedaulatan (*dawlah* atau *empire*), yang intinya adalah bertanggungjawab terhadap transformasi umat manusia secara komprehensif. Sebagaimana contohnya dalam persoalan sosial ekonomi dan pendidikan, maka dakwah memiliki tanggungjawab melakukan transformasi mad'u yang secara struktur dan kultur lemah ekonomi dan pendidikannya, sehingga menjadi orang yang kuat ekonominya, dan orang terbebas dari kebodohnya.¹⁶

Dakwah Islam sebagai sebuah aktivitas keber-agama-an sudah mulai menunjukkan progresivitas dalam aktivitasnya, baik pada arah penguatan filosofisnya maupun praktisnya. Terlepas dari tingkat kekuatan dakwah Islam sebagai suatu “ilmu”, terutama dari aspek epistemologis, progresivitas dakwah Islam setidaknya memberi pengaruh dalam rangka memperkuat landasan filosofis dakwah yang mulai menunjukkan dinamika dari paradigma tekstual (normatif) menuju paradigma kontekstual (pragmatis). Dakwah Islam dalam fenomena pragmatis lebih banyak terlibat dalam persoalan humanisme ketimbang sebuah proses yang hanya mendengarkan Islam sebagai agama “pembela Tuhan”. Melalui paradigma pragmatis, Islam akan dimanifestasikan sebagai agama totalitas yang mampu memberikan solusi dan manfaat langsung bagi tujuan-tujuan kemanusiaan universal. Salah satu pola dakwah yang diasumsikan mampu mewujudkan paradigma pragmatis ini adalah transformatif.

Menurut Musthafa Hamidi, dakwah transformatif merupakan model dakwah yang tidak hanya mengandalkan dakwah verbal (konvensional) untuk melakukan perubahan sosial, dengan materi keagamaan kepada masyarakat yang memosisikan dai sebagai penyebar pesan keagamaan, tapi juga menginternalisasikan pesan tersebut ke dalam kehidupan riil dengan melakukan pendampingan secara langsung.¹⁷ Moeslim Abdurrahman, penulis buku *Islam Transformatif*, mengatakan bahwa dakwah transformatif adalah model dakwah alternatif yang muncul sebagai kritik atas gagasan modernisasi (developmentalisme) yang dianggap gagal mengatasi kesenjangan sosial,

¹⁶Syukri Syamaun, *Dakwah Rasional*, (Banda Aceh: Ar-Raniry Press dan AK Group Yogyakarta, 2007), hal. 16.

¹⁷Musthafa Hamidi, *Dakwah Transformatif Melalui Filanthropi Atau Dakwah Sosial*, dalam www.fahrurrozidahan.blogspot.com

ketidakadilan sosial. Dakwah model ini berorientasi mentransformasikan lingkungan yang tidak adil kepada lingkungan yang lebih adil dan manusiawi yang disebabkan ideologi pembangunan¹⁸

Gagasan dakwah transformatif ini sudah didengungkan sejak tahun 1960-an yang dirumuskan dalam forum Perguruan Tinggi Dakwah Islam (PTDI). Defenisi dakwah yang diformulasikan ketika itu adalah “kegiatan membawa masyarakat dari satu kondisi kepada suatu kondisi yang lebih baik”.¹⁹ Dakwah transformatif mengandung muatan perubahan sosial sehingga dakwah Islam dipahami sebahai suatu aktivitas yang memiliki potensi untuk mengubah kesadaran masyarakat dengan cara medeteksi kondisi yang menyebabkan masyarakat tersebut lemah dan kurang berdaya. Dasar munculnya revitalisasi makna dakwah ini adalah berdasarkan realita kondisi umat Islam yang masih berada pada garis kemiskinan dan kebodohan disebabkan lemahnya sumber daya umat sehingga sulit beradaptasi dengan tantangan makro akibat kemajuan sains dan teknologi informasi.

Wujud kerja pola dakwah transformatif adalah melalui pengembangan kerja-kerja kemanusiaan yang produktif sehingga akan tercapai kesejahteraan bathiniah dan lahiriah dan kesejahteraan duniawi (*profane*) dan ukhrawi (*sacred*). Dakwah transformatif, terakit erat juga dengan dakwah bilhal, bersifat integral karena aktivitasnya yang multi-dimensional. Dakwah transformatif bergerak secara komprehensif dengan melibatkan berbagai komponen ilmu pengetahuan/teknologi dan seni dengan nuansa kerja integralistik. Kesemuanya bermuara kepada satu ideologi yaitu kesejahteraan global dan pembebasan manusia dari belenggu kemiskinan, kebodohan, dan keterbelakangan. Munculnya kemajuan teknologi informasi, seperti media baru dan massa, semakin mempermudah kerja transformatif ini untuk tujuan kesejahteraan kemanusiaan secara maksimal dunia dan akhirat.

3. Kajian Tentang Budaya Populer

Sejak kecil sebenarnya sudah akrab dengan budaya populer dan masih terus berlanjut hingga seseorang dewasa, seperti mendengar musik, membaca novel

¹⁸Moeslim Abdurrahman, *Islam Transformatif*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 1995), hal. 37

¹⁹M. Dawam Rahardjo, *Intelektual, Intelegensia, dan Perilaku Politik Bangsa: Risalah Cendekiawan Muslim*, (Bandung: Mizan, 1999), hal. 160.

atau membaca buku-buku cerita dan kisah dongeng, menonton film dan iklan, atau datang ke suatu event tertentu: pameran, traveling, dan sebagainya. Sadar atau tidak kita sejarah historis senantiasa tidak bisa terlepas dari konstruksi oleh produk-produk budaya populer. Budaya populer adalah suatu kebudayaan yang diciptakan oleh media massa dan media massa selalu akrab dengan kehidupan seseorang kapan dan dimanapun. Dalam dinamika hidup manusia, budaya populer selalu muncul dan berubah secara unik mengikuti tempat, ruang dan waktu. Budaya pop membentuk arus dan pusaran, dan mewakili suatu perspektif interdependent-mutual yang kompleks dan nilai-nilai yang memengaruhi masyarakat dan lembaga-lembaganya dengan berbagai cara.

Budaya populer atau budaya pop (*pop culture*) merupakan gabungan kata “budaya”, dan “populer”. Kata “budaya” mengandung arti: ”segala sesuatu untuk mengacu pada suatu proses umum perkembangan intelektual, spiritual, dan estetis”. Raymond Williams mengatakan bahwa kata ”pop” diambil dari kata ”populer” memiliki empat makna yakni: (1) banyak disukai orang; (2) jenis kerja rendahan; (3) karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang; (4) budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.²⁰ Budaya populer juga dikenal dengan budaya pop atau kultur populer, yaitu budaya yang cenderung dikenal dan digemari oleh kebanyakan masyarakat pada umumnya yang relevan dengan kebutuhan masyarakat pada masa kini. Contoh budaya populer tersebut seperti adanya fenomena TikTok, instagram dan sebagainya

Budaya merupakan sistem nilai yang dianut bersama dan menjadi kebiasaan yang menunjukkan identitas masyarakat tersebut. Budaya berikut seluruh anasir yang menyertainya tidaklah status dan terikat dengan waktu, melainkan senantiasa berubah mengikuti tempo perubahan itu sendiri. Kelambanan atau kecepatan perubahannya bergantung pada kualitas kekuatan budaya tersebut dan intensitas interaksinya dengan budaya lain.²¹

Stuart Hall, sebagaimana dikutip John Storey, menjelaskan budaya pop ibarat suatu arena konsensus dan resistensi. Budaya populer menjadi ajang

²⁰ Raymond Williams, *Keyword*, (London: Fontana, 1983), hal. 237.

²¹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2005), hal. 105.

munculnya hegemoni dan wilayah di mana hegemoni berlangsung. Ia bukan ranah dimana sosialisme, sebuah kultur sosialis yang telah terbentuk sepenuhnya dapat sungguh-sungguh diperlihatkan. Namun, ia adalah salah satu tempat dimana sosialisme boleh jadi diberi legalitas. Itulah mengapa “budaya pop” menjadi sesuatu yang penting.²²

C. Metode

Penelitian mini (mini research) ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Peneliti bertindak sebagai instrumen kunci dalam menentukan, mengumpulkan, dan mengontrol data. Data penelitian diperoleh dari 2 (dua) sumber, yaitu: situs Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh yang berisikan informasi kegiatan tentang *Aceh Pop Culture Fest Fest* dan rekaman video kegiatan festival selama kegiatan berlangsung (3 hari). Data mentah dan rekaman video selanjutnya diinterpretasikan dengan tujuan untuk memahami fenomena yang terjadi dari objek penelitian mulai dari perilaku, cara pandang, motivasi, persepsi, tindakan, dan sebagainya.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Festival *Aceh Pop Culture Fest*

Festifal *Aceh Pop Culture Fest* tahun ini diselenggarakan tanggal 18 s.d 20 Maret 2023 oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh menggelar di Taman Sulthanah Safiatuddin Kota Banda Aceh. Kepala Bidang Pemasaran, T. Hendra Faisal mengatakan bahwa tujuan utama dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk memfasilitasi (maksudnya mentransformasikan) kegandrungan masyarakat Aceh (khususnya remaja Kota Banda Aceh) terhadap budaya populer dalam sebuah kreativitas anak muda Aceh dalam bentuk “budaya” baru tanpa meninggalkan unsur unsur budaya lokal.²³ Hendra Faisal dalam sambutan pembukaan festival dimaksud menyebutkan bahwa budaya populer atau *pop culture* telah menjadi gaya hidup sehari-hari di kalangan remaja. Budaya pop yang menjadi sorotan akhir-akhir ini, seperti: cara berpakaian, bergaul termasuk

²²John Storey, *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), hal. 3.

²³T. Hendra Faisal, Kepala Bidang Pemasaran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh.

intensitas dalam menggunakan alat elektronik atau handphone yang sedang menjadi tren baru dalam masyarakat.

Prilaku remaja ini harus menjadi sebuah tantangan dan tantangan itu yang harus dilewati mulai dari kebiasaan dalam bermasyarakat sampai dengan gaya hidup individual. Budaya populer yang telah menjadi kebiasaan dalam masyarakat harus dimodifikasikan atau ditransformasikan menjadi aktivitas yang simetris dengan dengan perkembangan zaman. Budaya populer yang masuk ke Aceh menjadi tantangan baru bagi masyarakat untuk tetap menjaga budaya leluhur ke-Aceh-an serta kearifian lokal tanpa mengenyampingkan trend-trend baru dari perkembangan zaman saat ini. Kegiatan yang berlangsung selama tiga hari tersebut dikemas dengan konsep milenial dengan menghadirkan beberapa komunitas kreatif, UMKM dan penampilan talent kreatif kaum muda Aceh, dan para pelaku seni mulai dari musisi, penari, pelukis mural, hingga designer lokal.²⁴

Pemerintah Aceh melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh berupaya memberikan ruang kreativitas kepada pekerja kreatif untuk menyalurkan bakat, memberikan wadah bagi kelompok UMKM kreatif untuk memasarkan produk lokal kepada masyarakat dan wisatawan lokal maupun internasional.²⁵ Kolaborasi dengan dinas koperasi yang telah menyelenggarakan beberapa kegiatan, baik expo bazar yang menandakan bahwa begitu pentingnya peran Pemerintah Aceh untuk memberikan ruang kreativitas bagi seluruh pelaku ekonomi kreatif wirausaha dan industri kreatif era digitalisasi dan globalisasi pascacovid-19 yang merusak sendi-sendi tatanan ekonomi paling kecil hingga paling besar. Terakhir Hendra berharap, kaum milineal di era digitalisasi dan modern perlu untuk bisa bersaing dengan usaha usaha di luar Aceh sehingga kita dapat menjaga produk Aceh agar dapat bersaing di publik.²⁶

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, Almuniza Kamal, hari senin tanggal 20 Maret 2023 mengatakan:

²⁴Resume parapharasa pernyataan T. Hendra Faisal, Kepala Bidang Pemasaran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh.

²⁵ Gea, Z. S., Zulyadi, T., & Nurfahmi, N. (2022). The Effectiveness Of The Role of The Special Job Fair SMK SMTI Banda Aceh in Enhancing Graduates Employability to The Business/Industry World. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 51-62.

²⁶Ringkasan pernyataan T. Hendra Faisal, Kepala Bidang Pemasaran, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh.

“Dari catatan penyelenggara, total pengunjung sebanyak 10.059 orang, dengan jumlah terbanyak ada di hari terakhir yaitu 3.912 orang. Selain itu, dari puluhan stand UMKM dan brand lokal yang hadir mampu mencatatkan transaksi ekonomi hingga Rp 732,5 juta. “*Aceh Pop Culture Fest Fest* menggambarkan apiknya kolaborasi antar komunitas dan pelaku ekonomi kreatif, yang kemudian mampu menciptakan daya tarik wisata”. Even *Aceh Pop Culture Fest Fest* ini hadir dengan mengusung konsep baru. **Pertama**, penyelenggara menerapkan metode QR Code di gerbang masuk lokasi acara. Setiap pengunjung harus melakukan scan barcode. Tujuannya agar kita mengetahui dengan pasti jumlah pengunjung event tersebut, sehingga dengan data ini akan memudahkan kami pihak pemerintah dalam menentukan kebijakan selanjutnya. **Kedua**, even ini menerapkan bebas sampah plastik. Para pemilik tenan diminta tidak lagi menggunakan plastik untuk membungkus produk, tapi menggunakan *paper bag* (tas/kantong kertas). “Pengunjung kami minta untuk membawa botol minuman sendiri. Di lokasi, acara juga turut disediakan *water refill station* untuk mengisi air. Langkah ini, merupakan bentuk dukungan Pemerintah Aceh dalam mewujudkan Indonesia bebas sampah plastik pada 2025. **Ketiga**, penerapan pembayaran dengan QRIS sebagai upaya mewujudkan teknologi keuangan agar proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat dan terjaga keamanannya. “Penerapan tiga konsep baru di *Aceh Pop Culture Fest Fest* akan menjadi model untuk event-event budaya dan pariwisata ke depannya.”²⁷

Even ini juga menghadirkan komunitas vespa dan komunitas motor antik memamerkan produk-produk dari tahun 1970-an. Para pengunjung dari kalangan berumur pun dibawa bernostalgia ke masa lalu. Sedangkan bagi kalangan milenial, kehadiran motor-motor antik itu jadi ajang edukasi. Selain itu, juga hadir pecinta tamiya yang masih bertahan dengan hobinya hingga kini. Penampilan puluhan talenta muda dan atraksi pemain skateboard semakin memeriahkan ajang ini. Kegiatan seperti expo dan bazar yang diselenggarakan Pemerintah Aceh selama ini menandakan bahwa kami (Pemerintah Aceh) bersama pihak perbankan berkomitmen mendukung pelaku UMKM dan pekerja kreatif. Aceh Pop Culture Fest Fest 2023 merupakan momentum sekaligus menandakan bahwa saat ini kondisi Aceh sudah sangat kondusif.

PEMENANG PERLOMBAAN DI AJANG ACEH POP CULTURE FEST FEST

2023

No	Jenis Lomba	Pemenang	Keterangan
----	-------------	----------	------------

²⁷Almuniza Kamal, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh, , hari senin tanggal 20 Maret 2023.

1.	Tamiya	1. Gobel 2. Razzi 3. Putra Aulia.	
2.	Skateboard	1. Abil Kinmahbengi 2. Akir 3. San Rafsanjani	
3.	Best costume	1. Alfat Novendra 2. Syafrina Amira 3. Reza Aulia	
4.	Video Reels Instagram	1. Chika Ayu Wulandari 2. Raidha Syaifa Luthfiani 3. Fadhil Al-Khalis	
5.	Foto Jadul	1. Nirlywa 2. Zahrul	

Sumber: <https://disbudpar.acehprov.go.id/aceh-pop-culture-fest>

2. Nilai-Nilai Dakwah Transformatif Dalam *Aceh Pop Culture Fest Fest*

Sesuai dengan riset mini terhadap data lapangan yang dipublikasikan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh dan rekaman video menunjukkan kegiatan *Aceh Pop Culture Fest Fest* dilaksanakan sebagai wujud kepedulian terhadap kegandrungan masyarakat Aceh (khususnya Kota Banda Aceh) terhadap budaya populer dari luar. *Aceh Pop Culture Fest Fest* dimaksudkan untuk melakukan pendampingan dengan cara menciptakan “budaya” baru yang memiliki muatan positif yang berasal dari nilai-nilai agama dan budaya lokal. Kegiatan *Aceh Pop Culture Fest Fest* menawarkan wujud budaya masyarakat Aceh telah terintegrasikan dan terinternalisasikan sehingga “budaya baru” itu tidak mendapatkan penolakan dari masyarakat dan tidak mendapatkan reaksi dari para tokoh agama dan budaya.

Aceh Pop Culture Fest Fest bukan posisinya sebagai *agent of change* dari sebuah kultur masyarakat namun sekurangnya telah berusaha menggiring atau mentransformasikan masyarakat agar tidak terjebak dalam kesewenangan perilaku sehingga hina dan runtuh kultur dan bangsanya. Dalam kaitan ini Al-Qur’an sudah mewanti-wanti bahwa kebangkitan dan keruntuhan suatu bangsa tergantung pada sikap dan tindakan mereka sendiri, sebagaimana tersebut dalam surat Ar-Ra’d ayat 11:

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah.

Sesungguhnya Allah tidak merobah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia”.

Menurut ayat ini, Allah tidak pernah mencabut suatu kaum sejauh kaum hanya berdiam diri dan tidak mau bertransformasi diri ke arah perbaikan. Ayat ini menjelaskan juga bahwa hukum perubahan – dengan berpijak pada nilai-nilai (keyakinan) dan keinginan yang ingin dicapai – merupakan perpaduan nilai dan realita sehingga memunculkan motivasi untuk melakukan perubahan. Al-Quran menekankan pentingnya kerjasama dalam melakukan kerja dakwah yang satu sama lain saling mengisi sesuai kapasitas dan kemampuannya. Pihak yang memiliki power dan wewenang dapat menggunakan kekuasaannya agar terwujudnya kerja *amar ma'ruf nahi munkar* menurut kemampuannya. Tindakan mempersatukan masyarakat (ummat) untuk tujuan perubahan menuju kebaikan dan kesempurnaan dapat dikategorikan – menurut Muhammad Abduh – sebagai tindakan *amar ma'ruf nahi munkar* meskipun dalam wujud yang berbeda. Jika dikaitkan dengan paradigma dakwah transformatif, maka ayat ini – demikian pendapat Thabathaba'i – menawarkan hukum konsalitas dalam masyarakat, dan masyarakat sendiri yang bisa menentukan baik atau buruknya kondisi mereka. Thabathaba'i mengatakan bila suatu kaum atau sebagian masyarakat baik, seluruh komunitas lainnya akan menjadi baik pula. Sebaliknya, bila sebagian komunitas rusak, maka akan menimbulkan kerusakan seluruh komunitas tersebut. Maka dapat digarisbawahi, bahwa segala upaya yang bertujuan untuk mengubah masyarakat atau komunitas ke arah lebih baik dalam mewujudkan tatanan sosial yang baik (transformatif) merupakan sebuah keniscayaan kolektif kolegal.

Ayat di atas memberikan *statement* penting dalam pencapaian kondisi (peradaban atau budaya) sangat bergantung pada usaha dan kreasi mereka terhadap masa depan dan kultur mereka ke depan. Artinya, Allah tidak akan mengubah keadaan mereka, selama mereka tidak merobah sebab-sebab kemunduran mereka. Kemunduran yang disebabkan kondisi pendidikan dan ekonomi sehingga mereka menjadi terbelakang, miskin dan bodoh. Kegiatan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh melalui *Aceh Pop Culture Fest* – menurut data publikasi – ternyata mampu membaca potensi untuk mengubah

kesadaran masyarakat dengan jalan pendeteksian kondisi aktual masyarakat yang menyebabkan mereka lemah dan kurang berdaya.

Langkah transformasi budaya yang dilakukan Disbudpar Aceh ini simetris dengan tema dakwah amar ma'ruf yang cenderung pro-aktif dengan kondisi kekinian masyarakat. Tema pro-aktif ini lebih dominan memberikan solusi daripada kritik dan reaktif yang kerap antipatif. Transformasi integralistik yang multi-dimensional dan kesejahteraan global serta pembebasan manusia dari belenggu kemiskinan, kebodohan, dan keterbelakangan merupakan humanisasi yang diharapkan mengandung muatan transendental. Patut diakui ungkapan nabi bahwa kebodohan menggiring manusia pada kemiskinan dan kemiskinan menggiring manusia pada kekafiran. Oleh sebab itu, dakwah yang ber-tema-kan amar ma'ruf memandang kebodohan dan kemiskinan sebagai suatu "kemungkaran" karena potensinya untuk mengubah manusia menjadi kafir.

Disbudpar Aceh mampu membaca realita kondisi umat Islam Kota Banda Aceh ada yang masih berada pada garis kemiskinan dan kebodohan disebabkan lemahnya sumber daya umat sehingga sulit beradaptasi dengan tantangan makro akibat kemajuan teknologi informasi. Melalui jasa kemajuan teknologi inilah Disbudpar menciptakan wadah pengembangan kerja-kerja kemanusiaan yang produktif agar masyarakat Kota Banda Aceh mendapatkan tingkat kesejahteraan bathiniyah dan lahiriah atau kesejahteraan duniawi (*profane*) dan ukhrawi (*sacred*) secara berimbang.

Demikian sekelumit catatan posisit terhadap *Aceh Pop Culture Fest Fest* yang satu sisi telah menawarkan solusi terhadap maraknya budaya populer yang terserap melalui media baru. Perkembangan teknologi ini tidak bisa dibendung karena domisilinya dalam dunia global (*global village*) dan sebuah keniscayaan yang kerap mewarnai kehidupan manusia sampai seterusnya. *Aceh Pop Culture Fest Fest* memang bukan segalanya untuk membendung arus budaya populer dunia, namun setidaknya telah berupaya melakukan tindakan untuk menyahuti kemajuan tersebut dengan normatifitas agama dan budaya lokal meskipun diakui masih meninggalkan sejumlah kejanggalan dan kealpaan.

E. Kesimpulan

Media baru menjadi momok yang menakutkan dalam “memasarkan” budaya baru yang akan ditiru secara masif oleh masyarakat tanpa melalui filter yang efektif dan ketat. Media baru dengan kontent budaya pop-nya hampir tidak mungkin dibendung karena sifat dunia maya yang *borderless* dan mampu menerobos wilayah dunia manapun dan kapanpun. Wujud budaya pun tidak bertuan yang tidak bisa dikomplain kemana-mana, tidak ada pemilikinya, status domisilinya. Budaya populer seakan terus tumbuh subur dan mekar merambah wilayah perkotaan bahkan pedesaan dengan pengaruhnya yang sangat sangat kuat meliputi kehidupan kaum remaja kota.

Paradigma dakwah kontemporer dengan pendekatan transformatif mentransformasikan mad'u yang pasif karena faktor kebodohan dan kemiskinan menjadi mad'u aktif melalui program pemberdayaan yang mengarahkan secara aktif mampu menggunakan kemajuan teknologi new media untuk perubahan paradigma dan pola hidup yang lebih baik. Aktifitas dakwah transformatif sifatnya *segmented* yang senantiasa ada penyesuaian pesan dan pola sesuai kondisi mad'u atau khalayak yang kerap berubah serta menyahuti kemajuan teknologi informasi, khususnya perkembangan media komunikasi itu sendiri.

Aceh Pop Culture Fest merupakan kegiatan solutif terhadap fenomena mewabahnya arus *pop culture* akibat perkembangan new media. Langkah yang dilakukan Disbudpar Aceh memang bukan kegiatan dakwah, tetapi upaya dalam rangka mentransformasikan masyarakat ke arah yang lebih baik – melalui aktivitas pemberdayaan ekonomi, kreatifitas napak tilas historis budaya *indatu*, reafirmasi budaya lokal – merupakan usaha pencegahan perilaku yang kurang sehingga menyebabkan masyarakat menjadi hina dan runtuh kultur bangsanya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur. "Dakwah Islam Di Era Milenial" dalam *Jurnal Dakwatuna*. Volume 5 Nomor 2 Agustus 2019.
- Astrid Faidlatul Habibah dan Irwansyah "Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru" dalam *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis* Vol. 3 No.2 10 Juli 2021.
- Dawam Rahardjo. M. *Intelektual, Intelegensia, dan Perilaku Politik Bangsa: Risalah Cendekiawan Muslim*. Bandung: Mizan. 1999.
- Deddy Mulyana. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosda Karya. 2005.
- Gea, Z. S., Zulyadi, T., & Nurfahmi, N. (2022). The Effectiveness Of The Role of The Special Job Fair SMK SMTI Banda Aceh in Enhancing Graduates Employability to The Business/Industry World. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 5(1), 51-62.
- Hasan Sazali dan dan Ali Mustafa "New Media dan Penguatan Moderasi Beragama di Indonesia" (*New Media and Stenghtening Religious Moderation in Indonesia*) dalam *Jurnal Komunikasi* (Volume 17. Nomor 2. April 2023).
- Jalaluddin Rakhmat. *Hegemoni Budaya*. Yogyakarta: Bentang. 1997.
- James R Situmorang. "Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik" dalam *Jurnal Adminsitasi Bisnis*. Vol. 8 No. 1. 2012.
- John Storey. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra. 2006.
- Jum'ah Amin Abdul Aziz. *Fiqh Dakwah*, Terj. Abdul Salam Masykur. Solo: Era Intermedia. 2003.
- Moeslim Abdurrahman. *Islam Transformatif*. Jakarta: Pustaka Firdaus. 1995.
- Muddathir Abdel-Rahim. Dr. *Da'wah and Inter-Religious Tolerance*. Kuala Lumpur: ISTAC. t.t.
- Musthafa Hamidi, *Dakwah Transformatif Melalui Filanthropi Atau Dakwah Sosial*, dalam www.fahrurrozidahlan.blogspot.com
- Syukri Syamaun. *Dakwah Rasional*. Banda Aceh: Ar-Raniry Press dan AK Group Yogyakarta. 2007.
- Syukur Kholil dan Maulana Andinata Dalimunthe. *Isu-Isu Komunikasi Kontemporer*. Cet. I. Medan: Perdana Publishing. 2015.
- Usman, A. R., Sulaiman, A., Muslim, M., & Zulyadi, T. (2023). Conflict and Cultural Adaptation of the Aceh Rohingya Refugees in Media Opinion. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 16(1), 109-124.
- Williams. Raymond. *Keyword*. London: Fontana. 1983.

MEDIA BARU DAN BUDAYA POPULER DI ACEH

(Kajian Nilai-Nilai Dakwah Transformatif Dalam *Aceh Pop Culture Fest Fest* Di Kota Banda Aceh)

Syukri Syamaun, Syukur Kholil
