



STRATEGI DAKWAH ONLINE: MEMANFAATKAN YOUTUBE DAN PODCAST UNTUK PENYEBARAN ISLAM

Zulfahmi¹

¹ UIN Sumatera Utara

Email: ¹ zulfahmi@umsu.ac.id

Keywords

Online Da'wah
Strategy, YouTube
and Podcasts,
Spread Islam

Abstract

Adapting da'wah strategies to technological developments is essential to ensure Islamic messages remain relevant and accessible to an increasingly digitally connected audience. By utilizing technology such as social media, YouTube and podcasts, da'wah can reach a wider audience, including the younger generation who are more familiar with digital platforms. Technology also makes it possible to deliver more interactive and interesting da'wah through video, audio and other multimedia content. In addition, technological adaptation allows the spread of da'wah more quickly and efficiently, overcoming geographical and time limitations. With digital analytics, preachers can measure the impact and effectiveness of the content delivered, as well as adjust their strategies based on audience feedback.

Kata kunci

Strategi Dakwah
Online, Youtube
dan Podcast,
Penyebaran Islam

Abstrak

Penyesuaian strategi dakwah terhadap perkembangan teknologi sangat penting untuk memastikan pesan-pesan Islam tetap relevan dan dapat dijangkau oleh audiens yang semakin terhubung secara digital. Dengan memanfaatkan teknologi seperti media sosial, YouTube, dan podcast, dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan platform digital. Teknologi juga memungkinkan penyampaian dakwah yang lebih interaktif dan menarik melalui video, audio, dan konten multimedia lainnya. Selain itu, adaptasi teknologi memungkinkan penyebaran dakwah yang lebih cepat dan efisien, mengatasi keterbatasan geografis dan waktu. Dengan analitik digital, pendakwah dapat mengukur dampak dan efektivitas dari konten yang disampaikan, serta menyesuaikan strategi mereka berdasarkan umpan balik audiens.

Pendahuluan

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam kepada individu atau kelompok dengan tujuan mengajak mereka untuk memahami, mengamalkan, dan menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Islam, dakwah memiliki peran yang sangat penting karena merupakan salah satu kewajiban umat Muslim untuk menyebarkan kebaikan dan memperbaiki akhlak masyarakat. Melalui dakwah, pesan-pesan moral dan spiritual Islam dapat disampaikan secara efektif, membantu membentuk komunitas yang berlandaskan pada prinsip-prinsip keadilan, kasih sayang, dan perdamaian. Selain itu, dakwah juga berfungsi sebagai sarana untuk memperkuat iman dan pengetahuan agama di kalangan umat Muslim, serta mengajak non-Muslim untuk mengenal Islam lebih dalam. Dengan demikian, dakwah bukan hanya tentang mengajarkan ritual ibadah, tetapi juga tentang membangun karakter dan peradaban yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah mengalami lonjakan signifikan yang mengubah cara manusia berinteraksi, bekerja, dan mengakses informasi. Internet menjadi tulang punggung dari revolusi ini, memungkinkan konektivitas global yang tak terbatas. Dengan kemajuan dalam teknologi seperti smartphone, media sosial, dan aplikasi komunikasi, informasi dapat disebarluaskan secara instan dan lebih efisien. Perangkat digital yang semakin canggih juga memungkinkan integrasi antara berbagai platform komunikasi, seperti video call, streaming, dan media sosial, yang memperkaya pengalaman pengguna. Selain itu, kemajuan ini juga mendorong inovasi dalam berbagai sektor seperti pendidikan, bisnis, dan pemerintahan, yang kini dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Era digital telah membuka peluang baru untuk kolaborasi global dan akses ke sumber daya pengetahuan yang tak terbatas, menjadikan dunia lebih terhubung dan informatif daripada sebelumnya.

YouTube dan podcast berperan strategis sebagai media komunikasi modern dengan menawarkan platform yang luas dan mudah diakses untuk menyebarkan informasi dan konten kepada audiens global. YouTube, dengan kemampuan visual dan interaktifnya, memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berinteraksi dengan video yang mencakup berbagai topik, dari hiburan hingga pendidikan, menjadikannya alat yang efektif untuk menarik perhatian dan membangun komunitas. Sementara itu, podcast menyediakan format audio yang fleksibel dan personal, memungkinkan pendengar untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja, sering kali sambil melakukan aktivitas lain. Kedua platform ini juga mendukung strategi pemasaran konten yang kuat, memungkinkan pembuat konten untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih mendalam dengan pendengar dan penonton mereka. Selain itu, dengan fitur-fitur seperti analitik dan monetisasi, YouTube dan podcast memberikan peluang bagi kreator untuk

mengukur dampak dan menghasilkan pendapatan dari konten mereka, menjadikannya komponen vital dalam ekosistem media digital saat ini.

Dakwah konvensional menghadapi berbagai tantangan di era digital, terutama dalam hal jangkauan dan relevansi. Metode dakwah tradisional yang sering mengandalkan pertemuan fisik, ceramah di masjid, dan distribusi literatur cetak kini bersaing dengan konten digital yang lebih cepat dan mudah diakses. Selain itu, generasi muda yang lebih terbiasa dengan teknologi cenderung mencari informasi melalui internet dan media sosial, mengurangi efektivitas pendekatan konvensional. Dakwah tradisional juga seringkali kurang interaktif, sehingga sulit menarik perhatian audiens yang terbiasa dengan konten multimedia dan interaktif. Penyebaran informasi yang salah atau hoaks melalui platform digital juga menambah tantangan bagi dakwah konvensional, yang harus berupaya lebih keras untuk memastikan pesan yang disampaikan tetap akurat dan terpercaya. Lebih jauh, keterbatasan sumber daya dan pengetahuan teknologi di kalangan pendakwah tradisional dapat menghambat mereka dalam memanfaatkan platform digital secara efektif untuk menyampaikan pesan-pesan Islam.

Adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi sangat penting untuk memastikan pesan-pesan Islam tetap relevan dan dapat dijangkau oleh audiens yang semakin terhubung secara digital. Dengan memanfaatkan teknologi seperti media sosial, YouTube, dan podcast, dakwah dapat menjangkau khalayak yang lebih luas, termasuk generasi muda yang lebih akrab dengan platform digital. Teknologi juga memungkinkan penyampaian dakwah yang lebih interaktif dan menarik melalui video, audio, dan konten multimedia lainnya. Selain itu, adaptasi teknologi memungkinkan penyebaran dakwah yang lebih cepat dan efisien, mengatasi keterbatasan geografis dan waktu. Dengan analitik digital, pendakwah dapat mengukur dampak dan efektivitas dari konten yang disampaikan, serta menyesuaikan strategi mereka berdasarkan umpan balik audiens. Adaptasi ini juga membantu dalam melawan penyebaran informasi yang salah, dengan menyediakan sumber yang terpercaya dan mudah diakses. Oleh karena itu, mengintegrasikan teknologi dalam dakwah bukan hanya sebuah pilihan, tetapi sebuah keharusan untuk memastikan penyebaran nilai-nilai Islam tetap kuat dan relevan di era digital.

YouTube dan podcast memainkan peran strategis sebagai media komunikasi modern dengan menyediakan platform yang luas dan beragam untuk berbagi informasi dan konten secara global. YouTube, dengan kemampuan visual dan fitur interaktifnya, memungkinkan konten kreator untuk menyampaikan pesan melalui video yang menarik, mudah diakses, dan dapat ditonton kapan saja. Hal ini membantu membangun komunitas yang kuat dan meningkatkan keterlibatan audiens. Di sisi lain, podcast menawarkan format audio yang fleksibel dan personal, memungkinkan pendengar untuk menikmati konten saat bepergian, bekerja, atau beristirahat. Keduanya mendukung penyebaran informasi yang cepat dan efisien, serta memberikan

kesempatan bagi kreator untuk mengukur dampak dan keterlibatan melalui analitik yang tersedia. Dengan potensi monetisasi, YouTube dan podcast juga mendukung keberlanjutan finansial bagi pembuat konten, menjadikannya alat komunikasi yang efektif dan strategis di era digital ini.

Penelitian terdahulu oleh Ummah et al., (2020) menunjukkan bahwa podcast populer di kalangan anak muda karena variasi konten, fleksibilitas, dan kenyamanannya, menjadikannya strategi dakwah efektif di era digital. Podcast memanfaatkan internet sebagai media utama, memungkinkan da'i memperluas jangkauan dakwah dan mendistribusikan konten melalui platform digital yang sedang naik daun. Strategi ini melibatkan pemahaman audiens, menyusun pesan menarik, dan menggunakan metode serta media yang tepat, memungkinkan komunikasi dua arah dan interaktif. Hasil penelitian oleh Ummah et al., (2020) tentang penggunaan YouTube dan podcast secara sinergis untuk menyampaikan pesan dakwah yang lebih efektif dan interaktif, menjangkau audiens yang lebih luas.

Penelitian terdahulu oleh (Mutmainah, 2023) menegaskan bahwa podcast merupakan media dakwah yang efektif dalam memperluas jangkauan objek dakwah. Hal ini relevan dengan konteks penelitian yang sedang dibuat, yang mengkaji strategi dakwah online menggunakan YouTube dan podcast. Temuan ini mengindikasikan bahwa podcast tidak hanya mampu menyampaikan pesan dakwah secara efektif, tetapi juga memiliki potensi untuk menjadi bagian integral dari upaya dakwah digital yang lebih luas. Dengan fokus pada integrasi YouTube dan podcast, penelitian ini dapat memperdalam pemahaman tentang bagaimana kedua platform tersebut dapat saling melengkapi untuk mencapai audiens yang lebih besar dan beragam secara efektif.

Penelitian ini mengambil contoh dakwah lewat youtube dan podcast dari dakwah Habib Ja'far. Habib Ja'far dikenal sebagai pendakwah yang toleran dan sering melakukan dakwah di konten-konten youtube dan podcast. Bahkan konten-konten youtube Habib Ja'far yang terkenal adalah "Pemuda Tersesat" dan Podcast Habib Ja'far yang terkenal adalah "Log In". Penelitian ini ingin mengetahui Strategi dakwah online lewat podcast yang disebar lewat youtube dengan menggunakan teori **Teori Diffusion of Innovations**, Teori Uses and Gratifications, Teori Social Learning, **Teori Interaktivitas Media**.

Teori Diffusion of Innovations dapat digunakan untuk memahami bagaimana inovasi seperti penggunaan YouTube dan podcast dalam dakwah dapat diterima dan diadopsi oleh audiens target. Menurut teori ini, adopsi inovasi mengikuti proses yang melibatkan beberapa tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dalam konteks dakwah digital, tahap pengetahuan melibatkan audiens mengetahui adanya konten dakwah di YouTube dan podcast. Tahap persuasi mencakup bagaimana konten tersebut menarik minat audiens melalui kualitas, relevansi, dan keunikan pesan. Tahap keputusan adalah saat audiens memilih untuk mulai mengonsumsi konten tersebut. Implementasi melibatkan audiens yang secara rutin

mengakses dan mengintegrasikan konten dakwah ke dalam kehidupan mereka sehari-hari, dan konfirmasi adalah ketika audiens merasa puas dan memperkuat keputusan mereka untuk terus mengonsumsi dan menyebarkan konten tersebut. Dengan memahami proses ini, para pendakwah dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk memperkenalkan dan mempromosikan dakwah melalui platform digital, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi dan penyebaran pesan-pesan Islam di kalangan audiens target.

Teori Uses and Gratifications berfokus pada motivasi individu dalam menggunakan media, dan dapat digunakan untuk memahami motivasi audiens dalam mengonsumsi konten dakwah melalui YouTube dan podcast. Teori ini mengajukan bahwa individu aktif memilih media tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, seperti mencari informasi, hiburan, atau hubungan sosial. Dalam konteks dakwah digital, teori ini membantu kita mengidentifikasi alasan mengapa audiens memilih YouTube dan podcast sebagai sumber konten dakwah. Mungkin mereka mencari pemahaman lebih dalam tentang ajaran Islam, inspirasi spiritual, atau komunitas yang berbagi nilai-nilai yang sama. Dengan memahami motivasi ini, para pendakwah dapat merancang konten yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens, meningkatkan relevansi dan keterlibatan. Konten yang memenuhi kebutuhan spesifik audiens akan lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan perhatian mereka, serta mendorong mereka untuk berbagi dan merekomendasikan konten tersebut kepada orang lain, memperluas jangkauan dakwah.

Teori Social Learning menyatakan bahwa individu belajar melalui proses pengamatan terhadap perilaku, sikap, dan hasil dari model-model yang ada di sekitar mereka. Dalam konteks dakwah digital, teori ini dapat diterapkan untuk memahami bagaimana dakwah melalui YouTube dan podcast dapat berfungsi sebagai model dan inspirasi bagi audiens. Ketika para pendakwah menggunakan YouTube dan podcast untuk menyampaikan pesan-pesan Islam, mereka tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menunjukkan contoh konkret tentang bagaimana ajaran Islam diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Audiens yang menonton video atau mendengarkan podcast ini akan mengamati perilaku dan sikap para pendakwah, serta melihat dampak positif dari penerapan nilai-nilai Islam. Proses ini dapat memotivasi audiens untuk meniru dan mengadopsi perilaku serupa, menjadikan para pendakwah sebagai model yang menginspirasi perubahan dalam diri mereka. Selain itu, dengan menampilkan berbagai kisah sukses dan pengalaman nyata, dakwah melalui media ini dapat memperkuat keyakinan dan komitmen audiens terhadap ajaran Islam, serta mendorong mereka untuk menyebarkan pesan-pesan tersebut lebih lanjut dalam komunitas mereka.

Teori Interaktivitas Media mengkaji bagaimana tingkat interaktivitas dalam media dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi, dengan menekankan pentingnya partisipasi aktif dan umpan balik dari audiens. Dalam konteks dakwah digital melalui

YouTube dan podcast, teori ini dapat diterapkan untuk memahami bagaimana elemen-elemen interaktif, seperti komentar, pertanyaan langsung, polling, dan fitur live streaming, dapat meningkatkan keterlibatan audiens. Interaktivitas memungkinkan audiens untuk berinteraksi langsung dengan pendakwah dan konten yang disajikan, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan bermakna. Misalnya, video YouTube yang mengundang penonton untuk meninggalkan komentar atau pertanyaan dapat memicu diskusi yang lebih mendalam dan membangun komunitas yang solid di sekitar konten dakwah. Demikian juga, podcast yang menyertakan sesi tanya jawab atau tanggapan terhadap masukan pendengar dapat membuat audiens merasa lebih dihargai dan terlibat. Dengan meningkatkan interaktivitas, konten dakwah di YouTube dan podcast tidak hanya menjadi saluran penyampaian pesan satu arah, tetapi juga platform dialog yang dinamis dan kolaboratif. Ini tidak hanya memperkuat ikatan antara pendakwah dan audiens, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam menyebarkan nilai-nilai Islam, meningkatkan efektivitas dan jangkauan dakwah secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas, penelitian ini merumuskan dua pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana integrasi YouTube dan podcast dapat meningkatkan efektivitas dakwah digital dalam menjangkau dan berinteraksi dengan audiens yang beragam secara global?
2. Apa saja tantangan utama yang dihadapi dalam mengimplementasikan strategi dakwah melalui YouTube dan podcast, serta bagaimana cara mengatasinya untuk memaksimalkan dampak positifnya dalam penyebaran nilai-nilai Islam?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami strategi dakwah dalam video YouTube Habib Ja'far, khususnya "Pemuda Tersesat" dan "Log in". Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi dan menginterpretasikan makna dari konten dakwah yang disampaikan serta respons audiens terhadap konten tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis konten. Analisis konten memungkinkan evaluasi mendalam terhadap pesan dakwah dan elemen interaktif yang terdapat dalam video-video tersebut. Video yang dianalisis dipilih berdasarkan popularitas dan relevansinya dengan audiens muda, yang menjadi target utama dakwah digital ini.

Prosedur analisis konten melibatkan beberapa langkah. Pertama, pengumpulan data dilakukan dengan menonton dan mencatat durasi, jumlah penonton, jumlah like, dislike, dan komentar pada setiap video. Selanjutnya, dilakukan coding dan kategorisasi untuk mengidentifikasi tema utama dalam konten dakwah, seperti ajaran

agama, moralitas, dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh pemuda. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola dan tema dominan dalam konten video, dengan fokus pada pesan kunci, teknik penyampaian dakwah, dan respons audiens.

Evaluasi respons audiens dilakukan dengan menganalisis komentar untuk memahami tanggapan dan keterlibatan mereka. Komentar dikategorisasi berdasarkan jenis respons, seperti apresiasi, pertanyaan, dan kritik. Selain itu, analisis juga mencakup bagaimana Habib Ja'far merespons komentar tersebut untuk membangun interaksi yang lebih erat dengan audiens.

Untuk menjaga validitas, dilakukan triangulasi data dengan membandingkan temuan dari analisis konten video dengan literatur yang relevan tentang strategi dakwah digital. Reliabilitas dijaga melalui proses koding yang konsisten dan melibatkan beberapa peneliti dalam proses koding untuk memastikan kesepakatan dalam interpretasi data.

Hasil analisis akan dilaporkan dalam bentuk naratif yang menggambarkan bagaimana Habib Ja'far menggunakan YouTube sebagai platform dakwah, efektivitas pesan yang disampaikan, serta tingkat interaktivitas dan keterlibatan audiens. Dengan metode kualitatif dan analisis konten ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan mendalam mengenai penggunaan YouTube oleh Habib Ja'far dalam dakwah serta efektivitas dan respons audiens terhadap strategi dakwah yang diterapkan.

Hasil dan Pembahasan

1. Penerimaan dan Adopsi Dakwah Digital

Teori Diffusion of Innovations membantu menjelaskan bagaimana inovasi dalam dakwah, seperti penggunaan YouTube dan podcast, dapat diterima dan diadopsi oleh audiens. Dalam konteks dakwah digital, proses adopsi melalui beberapa tahap: pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Penelitian ini menemukan bahwa masing-masing tahap ini memainkan peran penting dalam menentukan seberapa efektif dakwah digital dapat diterima oleh audiens.

Tahap pertama dalam proses adopsi adalah pengetahuan, di mana audiens mengetahui adanya konten dakwah di YouTube dan podcast. Penelitian ini menunjukkan bahwa audiens seringkali menemukan konten dakwah melalui rekomendasi algoritma YouTube, media sosial, dan referensi dari teman atau keluarga. Penggunaan tagar (hashtags) yang relevan, judul video yang menarik, dan deskripsi yang informatif juga membantu dalam meningkatkan visibilitas konten dakwah. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat yang memiliki pengikut banyak turut berperan dalam memperluas jangkauan audiens.

Setelah mengetahui adanya konten dakwah, tahap berikutnya adalah persuasi, di mana audiens menilai apakah konten tersebut menarik dan bermanfaat bagi mereka.

Penelitian ini menemukan bahwa beberapa faktor kunci yang menarik minat audiens mencakup kualitas produksi video, kredibilitas dan keahlian pendakwah, serta relevansi topik yang dibahas. Habib Ja'far, misalnya, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan gaya penyampaian yang santai namun mendalam, yang membuat kontennya lebih relatable dan menarik bagi audiens muda. Keaslian dan ketulusan dalam penyampaian pesan juga menjadi faktor penting yang membuat audiens merasa terhubung dan termotivasi untuk terus mengikuti konten tersebut.

Tahap ketiga adalah keputusan, di mana audiens memutuskan untuk mulai mengonsumsi konten dakwah secara rutin. Implementasi dari keputusan ini tercermin dalam pola konsumsi konten yang konsisten. Penelitian ini menunjukkan bahwa audiens yang telah melewati tahap persuasi cenderung memasukkan video dakwah Habib Ja'far ke dalam rutinitas harian mereka, misalnya dengan menonton video baru setiap kali diunggah atau mendengarkan podcast selama perjalanan atau waktu senggang. Konsistensi dalam jadwal pengunggahan dan variasi topik yang disajikan membantu menjaga minat audiens tetap tinggi.

Tahap terakhir adalah konfirmasi, di mana audiens merasa puas dengan konten dakwah yang mereka konsumsi dan terdorong untuk menyebarkan konten tersebut kepada orang lain. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi mendorong audiens untuk berbagi video atau podcast di media sosial, merekomendasikan kepada teman dan keluarga, dan bahkan berdiskusi tentang topik yang dibahas dalam konten dakwah. Kepuasan ini tidak hanya berasal dari konten yang informatif dan inspiratif, tetapi juga dari rasa keterlibatan dan komunitas yang tercipta melalui interaksi di kolom komentar atau media sosial. Efek bola salju ini mempercepat penyebaran dakwah digital, membantu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Dengan memahami proses adopsi inovasi melalui teori Diffusion of Innovations, pendakwah dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk menarik, mempertahankan, dan melibatkan audiens dalam dakwah digital. Mengidentifikasi dan memanfaatkan faktor-faktor yang mempengaruhi setiap tahap adopsi dapat membantu meningkatkan jangkauan dan dampak dari dakwah yang dilakukan melalui platform digital seperti YouTube dan podcast.

2. Motivasi Audiens dalam Mengonsumsi Konten Dakwah

Teori Uses and Gratifications memfokuskan pada motivasi individu dalam menggunakan media, termasuk dalam konteks konsumsi konten dakwah melalui YouTube dan podcast. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa motivasi utama yang mendorong audiens untuk mengonsumsi konten dakwah, yang meliputi kebutuhan akan informasi agama, aspek hiburan, perasaan keterhubungan sosial, dan keterlibatan aktif dalam komunitas dakwah.

Salah satu motivasi utama audiens dalam mengonsumsi konten dakwah adalah kebutuhan akan informasi agama yang dapat meningkatkan pemahaman mereka

tentang ajaran Islam. Penelitian ini menemukan bahwa konten dakwah yang informatif dan mendalam, seperti yang disampaikan oleh Habib Ja'far dalam video "Pemuda Tersesat" dan "Log in", sangat diminati karena mampu menjelaskan konsep-konsep agama dengan cara yang jelas dan mudah dipahami. Audiens terutama menghargai konten yang memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang nilai-nilai Islam dan aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari.

Selain sebagai sumber informasi agama, konten dakwah juga memberikan aspek hiburan yang menarik bagi audiens. Penelitian menunjukkan bahwa penyampaian yang kreatif dan gaya berbicara yang menarik dari Habib Ja'far membuat konten dakwah tidak hanya informatif tetapi juga menghibur. Pemilihan topik yang relevan dengan realitas kehidupan muda dan penggunaan analogi yang cerdas membantu menjaga minat dan keterlibatan audiens selama video berlangsung. Aspek hiburan ini tidak hanya membuat konten lebih menarik tetapi juga mempermudah audiens untuk menerima pesan-pesan agama yang disampaikan.

Konten dakwah juga memainkan peran penting dalam membangun dan memperkuat perasaan keterhubungan sosial di antara audiens. Melalui interaksi di kolom komentar YouTube atau platform media sosial lainnya, audiens merasa terhubung dengan komunitas dakwah yang lebih besar. Penelitian ini menemukan bahwa audiens sering berbagi pengalaman pribadi, refleksi spiritual, dan pertanyaan tentang ajaran Islam, yang menciptakan lingkungan yang mendukung bagi pertumbuhan spiritual dan pemahaman kolektif.

Konten dakwah yang efektif adalah yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik audiens secara aktif. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa audiens mencari konten yang tidak hanya memberikan informasi atau hiburan, tetapi juga memfasilitasi interaksi langsung dan keterlibatan dalam diskusi dan refleksi. Habib Ja'far sering kali mengajak audiens untuk berpikir kritis tentang nilai-nilai Islam dan bagaimana menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, yang memberikan kesempatan bagi audiens untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses pembelajaran dan pertumbuhan spiritual mereka.

Dengan memahami motivasi-motivasi ini berdasarkan teori Uses and Gratifications, pendakwah dapat merancang konten dakwah yang lebih relevan, menarik, dan bermanfaat bagi audiens. Penggunaan yang cerdas dari informasi, hiburan, keterlibatan sosial, dan keterlibatan aktif dapat meningkatkan pengaruh dakwah digital dalam membentuk pemahaman dan perilaku spiritual audiens yang lebih baik.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa teori Diffusion of Innovations dan teori Uses and Gratifications memberikan wawasan penting tentang efektivitas dakwah

digital melalui YouTube dan podcast. Dengan menggunakan teori Diffusion of Innovations, penelitian ini menemukan bahwa proses adopsi dakwah digital melibatkan tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Audiens mengetahui konten dakwah melalui berbagai saluran digital, kemudian tertarik karena kualitas produksi dan relevansi topik. Keputusan untuk mengonsumsi konten secara rutin dipengaruhi oleh kepuasan yang diperoleh, yang mendorong mereka untuk menyebarkan konten tersebut lebih lanjut.

Di sisi lain, teori Uses and Gratifications membantu memahami motivasi audiens dalam mengonsumsi konten dakwah, termasuk kebutuhan akan informasi agama, aspek hiburan, keterhubungan sosial, dan keterlibatan aktif dalam komunitas dakwah. Konten dakwah yang memenuhi motivasi-motivasi ini cenderung lebih berhasil dalam menarik dan mempertahankan minat audiens. Penelitian ini menyoroti bahwa dengan memahami dinamika adopsi inovasi dan motivasi audiens, pendakwah dapat merancang strategi dakwah digital yang lebih efektif, memperluas jangkauan audiens, dan memperkuat keterlibatan komunitas dakwah dalam era digital.

Referensi

- mutmainah, M. (2023). Memanfaatkan “Podcast” Sebagai Strategi Dakwah Di Era Disrupsi: Analisis Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (Jrpp)*, 6(4), 2231–2240.
- Ummah, A. H., Khatoni, M. K., & Khairurromadhan, M. (2020). Podcast sebagai Strategi Dakwah di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan. *KOMUNIKE: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 12(2), 210–234.