

STRATEGI PEMANFAATAN PLATFORM YOUTUBE SEBAGAI SARANA KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH BAGI MASYARAKAT YOGYAKARTA

Rahmawati Ayu Budiasih; Budi Santoso

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Dakwah merupakan proses penyampaian pesan islami yang memiliki manfaat dalam meningkatkan kualitas seseorang untuk menyiapkan kehidupan. Perubahan laju informasi melalui media memberikan kemudahan serta alternatif kepada masyarakat dalam mengakses kebutuhannya. Pemanfaatan dakwah di era digital tentu ada kesulitan dalam menghadapi persoalan seperti tantangan dalam mengakses YouTube. Dakwah juga menjadi sarana ajakan atau seruan kepada masyarakat untuk ikut serta atau mendalami kajian-kajian islam. Penelitian ini membahas tentang bagaimana strategi pemanfaatan platform YouTube sebagai kebutuhan informasi dakwah masyarakat Yogyakarta melalui channel YouTube “Bil Musthofa”. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Teori dalam penelitian mengangkat teori difusi inovasi Everret M.Rogers. Hasil penelitan ini menunjukkan terdapat beberapa hal yang menjadi daya tarik dalam YouTube @Bil Musthofa seperti *thumbnail* dan *live streaming*. Aktivitas melalui YouTube menjadi trend dalam penyampaian informasi seperti berdakwah. Simpulan dari penelitian ini terdapat 4 tahapan dalam implikasi YouTube dengan proses difusi inovasi dan adanya hambatan yang dirasakan masyarakat dalam pengaplikasian YouTube.

Kata kunci : Dakwah; YouTube; Difusi Inovasi; Komunikasi Dakwah

Abstract

Da'wah is the process of conveying Islamic messages that have benefits in improving the quality of a person to prepare for life. Changes in the rate of information through the media provide convenience and alternatives for the public in accessing their needs. The use of da'wah in the digital era certainly has difficulties in dealing with problems such as challenges in accessing YouTube. Dakwah is also a means of inviting or appealing to the public to participate in or deepen Islamic studies. This study discusses the strategy for utilizing the YouTube platform as a da'wah information need for the people of Yogyakarta through the YouTube channel "Bil Musthofa". The research method uses qualitative methods through a descriptive approach. The theory in this research raises Everret M.Rogers' theory of innovation diffusion. The results of this research show that there are several things that are of interest in YouTube @Bil Musthofa such as *thumbnails* and *live streaming*. Activities through YouTube are becoming a trend in conveying

information such as preaching. The conclusion of this study is that there are 4 stages in the implications of YouTube with the innovation diffusion process and the obstacles that are felt by the community in applying YouTube.

Keywords: Da'wah; YouTube; Innovation Diffusion; Da'wah Communication

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam menjadi suatu keyakinan dengan mayoritas terbanyak yang dianut oleh masyarakat Indonesia. Agama yang mempunyai karakter baik dari segi ajaran, umat serta simbol keagamaan (Alfandi, 2013). Menjadi agama Islam yang *rahmatan lil alamin* serta membimbing umatnya untuk selalu berbuat baik kepada sesama umat muslim dan non muslim (Suardi, 2019). Islam memiliki makna secara luas seperti : 1). Islam yang berfungsi sebagai langkah-langkah dalam membentuk suatu nilai-nilai agama. 2). Islam sebagai Pendidikan beragama. 3). Islam sebagai suatu kelembagaan seperti pondok pesantren. Agama Islam menjadi sebuah pesan yang memuat ajaran untuk berbuat kebaikan yang disebar luaskan melalui dakwah. Dakwah merupakan wujud dari kesejahteraan dan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat untuk memperoleh ridha Allah SWT, dengan menyampaikan nilai berdasarkan segi masing-masing (Suardi, 2019). Di dalam agama Islam, dakwah menjadi kewajiban yang melekat sesuai dengan kemampuan di setiap umatnya. Umat muslim tidak hanya menerima ajaran Islam saja akan tetapi, setiap umat muslim diharapkan dapat membagikan apa yang telah ia pelajari kepada orang lain. Banyak sekali para pendakwah atau ustadz yang memanfaatkan platform YouTube, Instagram dst sebagai saluran informasi dakwah dalam menyampaikan pesan/pembelajaran yang ia dapatkan kepada umat Islam lainnya (Hamidah, 2020).

Dakwah menjadi suatu proses yang dijalankan oleh pendakwah sebagai seruan kepada jamaah untuk mengembangkan kualitas individu untuk menjadi umat Islam yang terbaik atau dikenal sebagai *khoiru ummah* (Nasution, 2020). Seruan ini memiliki fungsi penting bagi masyarakat untuk menghantarkan kebahagiaan di dunia dan akhirat, para da'i berusaha melalui berbagai cara dalam memberikan pesan dakwah kepada jamaahnya. Aktivitas dakwah menjadi sebuah penyampaian materi dakwah melalui 3 M

(mendengar, mengajak dan mengajar), maka dalam menyampaikan pesan perlu di persiapkan berbagai metode yang efektif untuk mencapai target keberhasilan. Dakwah dapat dilaksanakan melalui metode secara lisan ataupun tulisan, media konvensional dan media digital. Pada era ini dakwah dilakukan melalui komunikasi digital dalam bentuk internet dan berbagai aplikasi lainnya seperti YouTube (Rohman, 2020).

YouTube menjadi media dakwah oleh para da'i karena dinilai efektif, mudah di akses dengan fitur yang menyajikan audio dan visual lebih menarik dan praktis. Pondok pesantren menjadi salah satu sekolah berbasis agama islam di Indonesia yang memberikan pelajaran umum serta pembelajaran berbasis agama. Pendidikan berbasis pondok pesantren ini mulai aktif sejak masuknya Islam dengan mengadopsi sistem pembelajaran dan Pendidikan Keagamaan di Negeri ini. Pondok pesantren memiliki peran terhadap perjalanan sejarah bangsa (Aziz, 2013).

Pondok pesantren memiliki pondasi kuat dalam menjaga serta memiliki peran dalam memperkuat iman dan meningkatkan nilai keagamaan bagi masyarakat (Fitri, 2022). Pondok pesantren diharapkan dapat mentransformasikan budaya islam bagi umat dan masyarakat. Ditinjau dari program kerja pondok pesantren yang mana meningkatkan kualitas pendidikan dan pengajaran serta merintis lembaga pendidikan baru yang sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan serta membina masyarakat untuk menjadi umat islam yang bertakwa dan memiliki kepribadian baik dengan memahami ilmu pengetahuan dan teknologi. Kemajuan teknologi yang semakin meningkat pesat menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat. Kebutuhan di dunia komunikasi seperti dakwah menjadi salah satu elemen penting yang sangat berdampak, sehingga arus informasi dakwah sangat dibutuhkan masyarakat (Ariwardhani et al., 2014). Salah satu pemanfaatan fasilitas YouTube diselenggarakan oleh Pondok Pesantren Krapyak dalam dakwahnya, YouTube milik Pondok Pesantren Krapyak ini di rancang oleh tim untuk merencanakan dan menjadwalkan konten dakwah kepada masyarakat umum melalui media online. Bil Musthofa merupakan sebuah majelis yang terbentuk pada tahun 1975- an yang dibentuk oleh Gus Rifki Ali atau biasa di sebut Gus kelik. Gus Kelik merupakan sosok yang merangkul masyarakat dan para santrinya untuk mengajak atau ikut serta dalam kegiatan pondok seperti pengajian, sholat dll, maka dari itu dibentuklah majelis dengan nama Majelis Dhibaiyyah Ndalem, akan tetapi pada tahun 2012 majelis ini berubah menjadi Jamm'iyah Dhibaiyyah Bil Musthofa. Channel

YouTube @BilMusthofaKrapyak dengan jumlah 26 ribu *viewers* yang mengikuti rangkaian dakwah dan kajian rutin mingguan. Proses penyampaian dakwah @BilMusthofaKrapyak menampilkan pesan-pesan islami kepada masyarakat sejak tahun 2018.

Media sosial dapat digunakan masyarakat sebagai salah satu media dalam penggalan informasi, lahan kreativitas dan wadah dalam berinteraksi. Melalui media dapat juga dimanfaatkan sebagai alat suatu pergerakan sosial seperti memberikan pesan dakwah kepada masyarakat. Media sosial ini memiliki peran dalam membagikan pesan dakwah kepada masyarakat untuk mempelajari atau mendalami agama islam. Konten yang disajikan melalui channel @BilMusthofa ini memuat pengetahuan yang digunakan untuk membagikan pesan dakwah kepada masyarakat tanpa harus datang ke majelis. Dari berbagai manfaat penggunaan YouTube tentu terdapat faktor penghambat yang dirasakan oleh masyarakat dalam menikmati kajian YouTube @Bilmusthofa. Penghambat ini dimaknai dengan rintangan yang harus dihadapi, hambatan-hambatan dalam dakwah ini pasti terdapat perbedaan yang dirasakan oleh masyarakat (Sheila Maria, 2022).

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh (Valiant, 2020) bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial YouTube dalam menyampaikan pesan dakwah. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara. Penelitian ini menganalisis data melalui reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian ini dengan menggunakan media sosial YouTube pendakwah lebih mudah untuk menyampaikan kajiannya dan kajian dakwah dapat diulang sesuai keinginan YouTube. Penelitian lainnya pun juga dilakukan oleh (Teguh Wiyono, 2022) memiliki tujuan untuk menjelaskan strategi dakwah asosiasi media pondok Jawa Timur di media sosial YouTube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara. Penelitian ini menganalisis data melalui reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian ini adalah media pondok Jawa Timur mempersiapkan berbagai konten dalam berdakwah melalui YouTube seperti film pendek dan live streaming.

Dari kedua penelitian tersebut, peneliti melihat dengan adanya platform media sosial segala aspek dakwah atau penyebaran kajian islami dapat di bagikan dengan

mudah dan dapat diterima baik oleh masyarakat kapan pun dan dimanapun. YouTube menjadi salah satu jembatan dalam bentuk audio visual yang memiliki keuntungan bagi para pendakwah (Fadlun, 2021). Maka dari itu, pondok pesantren krapyak ini memanfaatkan penggunaan YouTube sebagai media dakwah dengan tujuan ingin mengajak masyarakat untuk mengikuti kajian islami dan bagi alumni pondok yang telah menyelesaikan pendidikan setelah lulus diharapkan dapat kembali mengamalkan pembelajaran keagamaan yang telah ditempuh selama berada di pondok pesantren untuk mengantisipasi perbuatan yang tidak baik seperti contoh menampakkan aurat dan pergaulan bebas. Channel YouTube @BilMusthofaKrapyak menyelenggarakan dakwah ini dilatarbelakangi oleh kepedulian pondok untuk masyarakat Yogyakarta dan alumni pondok pesantren sebagai jembatan dalam wawasan keagamaan serta memberikan kajian terkait syariat dalam agama Islam. Berdasarkan paparan dari peneliti diatas, maka peneliti tertarik mengkaji bagaimana strategi penggunaan YouTube @Bil Musthofa sebagai sarana kebutuhan informasi dakwah bagi masyarakat Yogyakarta dan menjabarkan apa faktor penghambat dakwah yang dirasakan oleh masyarakat Yogyakarta.

1.2. Teori Terkait

1.2.1 Teori Difusi Inovasi (*Diffusion Innovation Theory*)

Teori yang di pelopori oleh Everret M. Rogers (1962) media merupakan alat penampung dalam sarana menyampaikan informasi. Teori ini berarti bahwa media massa memiliki pengaruh besar dalam memberikan dan menyebarkan penemuan baru (Jeffery, 1987). Difusi memiliki beberapa unsur utama : 1). Inovasi, 2). Yang dikomunikasikan melalui saluran. 3). Jangka waktu tertentu. 4). Diantara para anggota sistem sosial. Difusi menjadi bentuk proses penemuan yang telah disebarkan kepada masyarakat sebagai anggota sistem sosial.

Berjalannya waktu ke waktu, segala komunikasi juga pasti akan berkembang, mulai dari komunikasi secara langsung kini bisa dilakukan melalui media teknologi. Maka dari itu saat ini gaya hidup masyarakat lebih konsumtif dalam menggunakan jejaring sosial. Terlebih, dengan munculnya berbagai aplikasi atau platform yang menjadikan komunikasi lebih mudah dan efektif. Adanya kemajuan teknologi maka terciptanya suatu aplikasi atau platform yang dapat mempermudah masyarakat. Melalui aplikasi atau platform YouTube masyarakat dapat dengan mudah dalam menonton

tayangan bil musthofa tanpa harus datang ke majelis secara langsung. Yang artinya bahwa penggunaan YouTube memiliki kaitan dengan proses difusi inovasi melalui teori yang dijadikan acuan yaitu teori difusi inovasi. Selain itu, M. Rogers dan Floyd G. Shoemaker mengemukakan bahwa teori difusi inovasi memiliki 4 tahapan, antara lain : 1). Pengetahuan, 2). Persuasif, 3). Keputusan, dan 4). Konfirmasi.

1.2.2 YouTube

Situs yang dirancang oleh Chad Hurley, Jawed Karim dan Steve Chen tahun 2005 menjadi platform yang bermanfaat bagi para penggunanya seperti pengaplikasian video berbasis online yang menjadi salah satu keunikan sebuah media karena penggunanya dapat mengunggah dan berbagi cerita melalui platform ini. Dengan tagline “*Broadcast Yourself*” mampu menciptakan brand image dalam situs multimedia (Ii & Youtube, 2020). Layanan dari google memberikan fasilitas kepada para penggunanya dalam sharing video sehingga dapat diakses oleh seluruh dunia secara gratis. Kemajuan teknologi yang pesat ini membuat masyarakat lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Situs video online ini telah dikuasi kurang lebih 43% pasar dengan kisaran 20 jam video yang terunggah yang membuahkan hasil miliaran penayangan. Secara keseluruhan YouTube telah dijangkau oleh berbagai kalangan usia dari anak, remaja hingga orang tua diseluruh dunia (Thanissaro & Kulupana, 2015).

Di era digital, segala informasi yang mudah di cari oleh masyarakat adalah platform YouTube. YouTube di nilai menjadi media yang mudah dijangkau tanpa mengeluarkan beban biaya. Seiring berkembangnya digital YouTube diharapkan menayangkan video dengan informasi yang bermanfaat dan akurat sehingga masyarakat dapat meminimalisir informasi yang tidak jelas kebenarannya (Ozsoy- Unubol & Alanbay-Yagci, 2021). Selain itu, melalui platform YouTube yang banyak diakses oleh para penggunanya terutama generasi millennial membuat dakwah di susun lebih mudah dan praktis dengan pesan dan caption yang menarik dan interaktif sehingga dakwah dapat dinikmati oleh para penggunanya (Aziz et al., 2022). Penerapan platform YouTube dalam penelitian ini adalah platform Youtube sebagai media komunikasi dakwah menjadi platform yang menjanjikan, efisien, adanya kesamaan segmentasi dan kebutuhan. Adapun model dakwah pada platform Youtube berupa kajian, sholawat, dan live streaming.

1.2.3 Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah dengan platform media sosial dapat menciptakan adanya suatu hubungan atau suatu ruang untuk melakukan interaksi sosial. Komunikasi dakwah menjadi salah satu bentuk interaksi yang memuat ajakan untuk berbuat baik dan mengajak umat muslim untuk berada di jalan Allah SWT (Mukrimaa et al., 2016). Komunikasi dakwah memiliki proses yang sama dengan komunikasi pada umumnya, hanya saja memiliki perbedaan pada target yang ingin dicapai. Komunikasi dakwah itu sendiri memiliki tujuan agar terciptanya suatu perubahan sikap menurut ajaran agama islam. Sebelum melakukan dakwah kepada audiens, perlu adanya materi/pesan yang perlu disiapkan sehingga proses kegiatan dakwah dapat berlangsung (Ritonga et al., 2019). Dakwah dilakukan oleh sekelompok orang atau organisasi, adapun unsur-unsur dakwah terdiri dari pelaku/pengelola dakwah, Audiens dakwah, Materi dakwah, Metode dan efek dakwah. Seorang pendakwah atau yang kerap disebut *dai* ini harus memiliki ketrampilan untuk menarik perhatian para jamaahnya agar dakwah dapat berjalan dengan lancar antara lain :

a. Kesiapan

Dai yang akan memberikan pesan dakwah diharap sudah mempersiapkan segala kebutuhan secara matang dan perlunya pendalaman materi agar dapat dimengerti jamaahnya.

b. Keramahan

Dai juga harus memiliki rasa simpati dalam berdakwah agar situasi dalam berdakwah tidak menimbulkan kegaduhan atau emosional, sehingga dai juga diharap dapat menumbuhkan rasa simpati kepada jamaahnya.

c. Kepercayaan

Berdakwah kepada jamaah, seorang dai juga perlu fakta-fakta pendukung agar tidak menumbuhkan kesan palsu kepada jamaahnya sehingga pesan yang disampaikan berdasarkan kepada syariat agama islam.

d. Kesederhanaan

Selain materi yang dikemas menjadi jelas dan singkat agar mudah dipahami jamaahnya, seorang dai juga alangkah baiknya tampil sederhana tidak terlalu mencolok yang paling penting sopan dan mencerminkan seorang pendakwah. Setelah mengetahui ketrampilan dalam berdakwah, Para dai dapat mempersiapkan dan menjadikan sebagai pedoman

dalam melaksanakan dakwah. Sehingga segala aspek kebutuhan dapat dipersiapkan secara matang dan segala rangkaian dakwah dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

1.2.4 Konsep New Media

Konsep *New Media* merupakan hasil dari konsep yang dikembangkan oleh Piere Levy, yang mana konsep *new media* mengulik mengenai perkembangan media. *New Media* memiliki padangan melalui interaksi sosial dan integrasi sosial. Piere Levy mengungkapkan bahwa *World Wide Web* (WWW) menjadi salah satu lingkup informasi yang dinamis, fleksibel serta menjadi wadah dalam mengembangkan pengetahuan-pengetahuan baru berdasarkan masyarakat yang interaktif. Pandangan integrasi sosial, juga diungkapkan yang mana media menjadi salah satu kebiasaan. Media merupakan salah satu cara dalam menciptakan masyarakat. *New Media* merupakan teknologi yang bersifat interaktif dan dinamis, yang berguna sebagai publik atau privat dengan bantuan jejaring internet (Feroza & Misnawati, 2020).

New Media menjadi media yang berkembang dan akan terus berkembang mengikuti zaman hal ini ditinjau dari sudut pandang Teknologi, Komunikasi, dan Informasi (Risma, 2011). Media baru dan media lama memiliki perbedaan yang signifikan. Media baru mengabaikan batasan seperti percetakan, model penyiaran yang memungkinkan perubahan dan penyebaran objek-objek. Media baru menggunakan data komputer sebagai penunjang informasi. Kehadiran media baru dapat memperluas dan mengubah segala sosio-teknologi komunikasi publik seperti a) Digitalisasi media; b) Interaktivitas jejaring yang meningkat; c) Adaptasi publikasi dan peran individu. Dalam kemunculan media baru atau *new media* dapat dijadikan sebagai wadah dalam kemajuan era digital ini, konsep *new media* akan memberikan kemudahan dan kecepatan akses dalam penggalan sebuah informasi sehingga masyarakat dapat menerima lebih banyak informasi yang dibutuhkan. Media baru ini menjadi salah satu konsep yang relatif terkait bagaimana bentuk komunikasi baru di era digital. Dengan terciptanya media yang mempermudah kehidupan sehari-hari para pengguna media sosial lebih banyak menikmati waktu dengan social medianya. konsep *New Media* membahas terkait bagaimana sebuah media itu dapat membangun masyarakat, dan menghasilkan hasil keterbaruan dari versi sebelumnya (Eka Ananda Putri, 2019).

Saat ini segala perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sangat

berkembang semakin pesat sehingga proses pertukaran pesan, penggalian informasi berjalan dengan mudah dan lancar. Media saat ini dapat digunakan kapanpun bahkan dimanapun sehingga tidak ada hambatan bagi masyarakat dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Media yang saat ini banyak memberikan informasi melalui audio visual adalah YouTube. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy. Konsep yang memiliki makna terkait perkembangan media. *New Media* menjadi media yang berfungsi bagi masyarakat seperti berinteraksi, penggalian informasi secara mudah dan cepat. Dalam pengaplikasiannya *New Media* dibagi menjadi 2, yaitu informasi, dan jejaring sosial.

Penelitian ini, mengaplikasikan *New Media* pada pemanfaat platform YouTube sebagai sarana kebutuhan informasi dakwah bagi masyarakat Yogyakarta sebagai berikut:

Pertama, Arus Informasi *New Media* membantu dalam penggalian informasi, Fungsi informasi bagi channel YouTube @Bil Musthofa adalah penyampaian informasi dakwah melalui channelnya yang dapat di tonton oleh masyarakat terkhusus masyarakat Yogyakarta. Dalam teori yang dikemukakan oleh Pierre Levy terdapat 2 pandangan interaksi sosial dan integrasi sosial. Pada pandangan interaksi sosial pada penelitian ini, channel YouTube @Bil Musthofa memberikan informasi seputar kajian dakwah kepada masyarakat melalui platform YouTube. Dengan platform ini informasi akan diterima oleh masyarakat dengan mudah. Pandangan integrasi sosial, Media atau platform YouTube dalam channel @Bil Musthofa menjadi wadah untuk mengakses dan mendapatkan informasi tanpa harus menghadiri kajian dakwah secara langsung. Channel YouTube @Bil Musthofa aktif dalam menyampaikan informasi kajiannya melalui platform YouTube. Adapun cara @Bil Musthofa menciptakan masyarakat pada platform YouTube ini melalui cara seperti memberikan informasi kajian dengan mengunggah video dan streaming live pada saat kajian setiap hari rabu dan acara-acara besar islam. Jadi, fungsi dalam informasi ini dapat menyajikan informasi dengan cepat dan mudah diterima tanpa adanya batas ruang dan waktu.

Kedua Jejaring Sosial, didalam jejaring sosial, masyarakat dapat membangun interaksi dengan pengguna lainnya yang terhubung dalam jaringan sosial. Biasanya mereka akan berkomunikasi satu dengan yang lain melalui fitur yang sudah di fasilitasi seperti kolom komentar dan live coment. Sebagai pengguna jejaring sosial mereka

dapat mengenal dengan mengidentifikasi melalui profil yang mencakup foto profil dan identitas diri (Akmawanti, 2013). Aplikasi *New Media* di berbagai platform seperti facebook, Instagram, YouTube dan sebagainya. Berbagai platform tentunya ada fasilitas dan kapasitas masing-masing, terkhusus untuk YouTube memiliki fasilitas meliputi pengunggahan video, streaming video, short video dan sebagainya. Channel @Bil Musthofa yang digunakan oleh Pondok Pesantren Ali Maksum ini menggunakan fasilitas streaming video dan bisa digunakan sebagai jejaring sosial melalui live coment dengan para penontonya.

2. METODE

Pemilihan metode didasarkan pada tujuan penelitian, yang mana penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana manfaat platform youtube sebagai sarana penyebaran informasi dakwah bagi masyarakat Yogyakarta. Metode kualitatif merupakan salah satu langkah untuk mendapatkan hasil data deskriptif dalam bentuk tulisan maupun ucapan dan perilaku objek yang diamati dengan tujuan memperoleh pemahaman yang bersifat umum pada kenyataan dari sudut pandang partisipan (Moleong, 2016). Dalam mengumpulkan data peneliti menggunakan teknik wawancara sebagai sumber dalam mendapatkan data yang valid. Teknik ini merupakan proses tanya jawab secara langsung dua orang atau langsung berdasarkan pada masalah tertentu (Iii, 2009).

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, lokasi dalam penelitian ini adalah wilayah Pondok Pesantren Ali Maksum, Krapyak, Yogyakarta. Penelitian ini mengajak informan masyarakat dengan kriteria sample masyarakat Jogja atau alumni pondok pesantren sebagai sumber data. Teknik *purposive sampling* dengan populasi penelitian ini diambil 6 masyarakat Jogja maupun alumni pondok di sekitar lingkup Pondok Pesantren sebagai informan untuk memenuhi kelengkapan data penelitian. Pengumpulan data dilakukan dari hasil wawancara dan dokumentasi yang dikumpulkan dalam catatan lapangan yang terdiri dari deskriptif. Catatan deskriptif merupakan catatan yang dilihat, didengar dan disaksikan oleh peneliti tanpa adanya pendapat terhadap fenomena yang terjadi. Dalam analisis data menggunakan teknik analisis interaktif yang mana penyajian data berawal dari susunan informasi yang memberikan adanya penarikan kesimpulan dalam bentuk teks naratif (Moleong, 2005).

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini digunakan sebagai bentuk tindakan

setelah proses verifikasi. Sehingga kesimpulan dapat digunakan dalam menjawab rumusan masalah yang telah disusun oleh peneliti. Pengumpulan data dengan terjun ke lapangan memiliki keterkaitan dengan sumber data dalam penelitian kualitatif dapat berupa catatan data, foto, rekaman suara. Catatan pada saat berada di lapangan berupa catatan yang dikumpulkan pada saat observasi dan penggalian data (wawancara) selanjutnya dilanjutkan dengan analisis data yang mana menarik kesimpulan serta mencari keterkaitan topik penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan langkah dalam menguji keabsahan data sesuai dengan kriteria berdasarkan kredibilitas. Dalam memeriksa keabsahan data tentu terdapat teknik- tekniknya (Rijali, 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Di era digital yang saat ini berkembang secara pesat menjadi salah satu tantangan bagi Majelis Bil Musthofa ini dalam menyampaikan kajian kepada masyarakat. Pemanfaatan digitalisasi sangat menunjang dalam menyampaikan kajian dakwah kepada masyarakat. Kemajuan perkembangan teknologi dan informasi ini berkembang begitu cepat sehingga informasi dapat tersampaikan kepada masyarakat seperti penggunaan YouTube dalam memberikan konten islami (Rosana, 2010). Oleh karena itu, majelis Bil Musthofa menjadikan platform YouTube sebagai salah satu media penyampaian materi dakwah kepada masyarakat. Pemanfaatan platform You Tube di Majelis Bil Mustofa ini sangat efektif dikarenakan masyarakat luas bisa ikut serta dalam kajian dakwah kapan pun dan dimana pun tanpa harus ke majelis yang bertempat di Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta. YouTube ini menjadi alternatif dalam penggunaan sebagai media dakwah (Meylani, 2020). Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan Dian Putri:

“Menurut saya, *channel* ini sangat membantu masyarakat yang dimana masyarakat bisa ikut serta dalam kegiatan pondok pesantren, mempelajari ilmu ke islaman yang bermanfaat dan pastinya dapat dijadikan pembelajaran kapan pun dan dimana pun” (wawancara dengan masyarakat Yogyakarta yang mengikuti kajian, pada tanggal 25 Maret 2023). Hal serupa juga diungkap oleh Olivia Puji melalui wawancara:

“ *Channel* atau majelis ini membantu masyarakat dalam kegiatan islami seperti sholat dan pengajian” (wawancara dengan masyarakat Yogyakarta yang mengikuti

kajian pada tanggal, 28 Maret 2023)

Majelis Bil Musthofa melakukan dakwah melalui YouTube dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah disediakan seperti fitur layar utama/*homescreen*, yang mana di dalam layar utama pada YouTube ketika melakukan pencarian channel “Bil Musthofa” masyarakat bisa mencari tayangan/konten yang sesuai dengan keinginannya. *Channel*, Fitur ini membantu masyarakat mengetahui profil, jumlah tayangan, jumlah like dan pengikut/*subscriber*. Pengikut/*subscriber*, subscriber ini membantu majelis “Bil Musthofa” karena semakin banyaknya jumlah *subscriber* semakin tinggi juga profit/keuntungan yang didapatkan. Komunitas, dalam dakwah ini channel YouTube bil musthofa dapat membentuk suatu komunitas seperti komunitas pecinta sholawat dsb. *Live Comment*, Bil musthofa ini juga memanfaatkan live coment agar dapat berinteraksi dengan para penonton dalam menikmati kontennya ketika melakukan live streaming.

Selain fitur yang dimanfaatkan untuk penyampaian media dakwah, adapun beberapa hal yang menarik dalam YouTube majelis Bil Musthofa :

3.1.1. *Thumbnail*

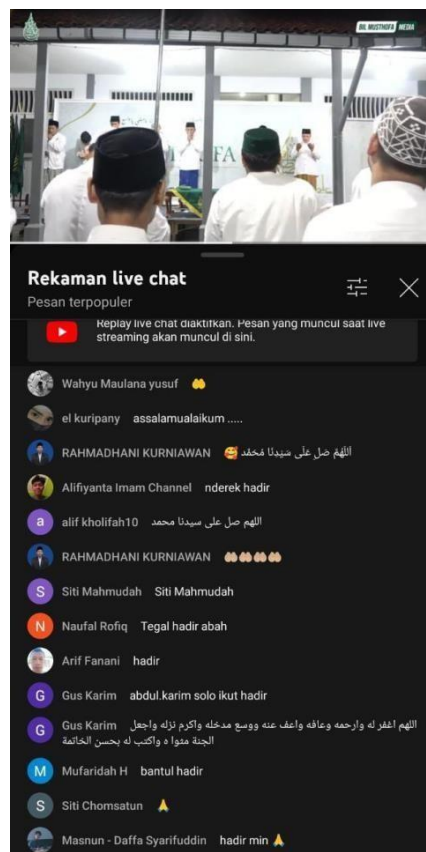


Gambar 1. *Thumbnail* YouTube majelis Bil Musthofa(Sumber: Screenshot gambar YouTube oleh peneliti)

Thumbnail merupakan background atau cover yang menjadi sampul dalam video YouTube yang dapat menggambarkan isi dari YouTube tersebut seperti pada gambar 1 disitu terlihat ada gambar Gus Rifki Ali sebagai pendiri majelis dan disampingnya terdapat tulisan atau judul dari video tersebut. Dengan *thumbnail* ini, masyarakat akan tertarik dari desain tulisan serta gambar pendukung. Hal itu diungkap oleh Ilham Cahya:

“ Ketika saya melakukan pencarian di YouTube majelis ini , langsung muncul berbagai video yang telah disajikan saya langsung tertarik dari *thumbnail* dari segi font dan gambar majelis Bil Musthofa ini terlihat singkat dan menarik tidak terlalu banyak font dan gambar” (Wawancara dengan masyarakat Yogyakarta, 2 April 2023).

3.1.2. *Live Chat*



Gambar 2. *Live Chat* YouTube Bil Musthofa
(Sumber: Screenshot YouTube oleh peneliti)

Melalui *live chat* penonton dapat melakukan tanya jawab kepada sesama penonton dan memberikan saran ataupun salam sapa kepada sesama, hal ini dapat memberikan akses kepada penonton dan pengelola. Mereka dapat melakukan ruang interaksi tanpa bertatap muka.

Seorang masyarakat Yogyakarta yang berstatus alumni, Riska Septiana Putri mengatakan :

“ Saya suka menyaksikan kajian Bil Musthofa ini melalui YouTube, walaupun saya tidak berada di majelis tapi saya masih bisa mengikuti rangkaian acara yang telah disajikan. Waktu itu saya pernah memberikan saran kepada majelis melalui *live chat* seperti saya meminta saran untuk kamera diletakkan ke tengah agar dapat menonton jelas, kemudian dari pihak majelis langsung memindahkan kamera tersebut”. (Wawancara dengan masyarakat Yogyakarta, 6 April 2023).

Pada pembahasan selanjutnya ini peneliti memaparkan mengenai hambatan yang dirasakan oleh masyarakat dalam menikmati konten dakwah melalui YouTube @Bil Musthofa. Perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat mengharuskan masyarakat untuk mengikuti perkembangannya. Saat ini teknologi menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan sehari-hari. Melalui suatu media masyarakat dapat memanfaatkan dalam melakukan penggalan sebuah informasi. Pada dasarnya dakwah memiliki peluang dalam menyampaikan kajiannya melalui media sosial. Mudahnya penggalan informasi dakwah terdapat beberapa hambatan yang masyarakat rasakan. Hambatan ini cenderung merujuk kepada apa yang menjadi penghalang dalam menikmati dakwah. Berdasarkan wawancara, peneliti menemukan hambatan yang dirasakan masyarakat seperti:

3.1.3. Koneksi Internet

Dalam menyaksikan kajian dakwah melalui YouTube @Bil Musthofa terdapat beberapa informan yang merasakan kesulitan dalam menikmati konten @Bil Musthofa. Sebagaimana pernyataan dari informan sebagai berikut.

“ Saya menilai bahwa penggunaan YouTube yang dilakukan oleh majelis @Bil Musthofa dalam berdakwah dari segi positifnya, jamaah dapat mengetahui bagaimana kegiatan pondok dan masyarakat dapat belajar mengenai keagamaan islam. Sedangkan dari sisi negatif adanya kendala sinyal yang menjadi faktor penghambat dalam mengakses YouTube”. (wawancara dengan Farhan Said selaku masyarakat Yogyakarta,

6 April 2023).

Dari pernyataan wawancara diatas, terdapat pernyataan yang relevan menurut Kurniawan Fajar.

“ Sejauh ini hanya kendala sinyal yang menjadi faktor utama”.(wawancara dengan masyarakat Yogyakarta, 8 April 2023).

Berdasarkan kedua wawancara diatas, bahwasannya koneksi internet menjadi faktor utama dalam mengakses YouTube. Masyarakat yang ingin menyaksikan *live streaming* tetapi koneksi sedang buruk. Masyarakat dapat menyaksikan konten tersebut ketika memiliki koneksi yang baik, karena YouTube @Bil Musthofa akan mengunggah *live streaming* di lamanYouTubanya.

3.1.4. Gagap Teknologi (Gaptek)

Pemanfaatan teknologi dalam berbagai bidang tidaklah hanya keharusan melainkan sudah menjadi kebutuhan sehari-hari guna mempermudah masyarakat. Gaptek ini menjadi suatu persoalan yang mana menggambarkan orang yang tidak dapat atau merasakan kesulitan dalam mengoperasikan sebuah teknologi.

“ Kendala dalam menikmati konten YouTube @Bil Musthofa ini ketika jaringan buruk dan adanya orang tua yang belum paham terkait penggunaan teknologi di era modern ini”. (wawancara dengan olivia puji selaku masyarakat Yogyakarta, 28 Maret 2023).

3.2. Pembahasan

kegiatan keagamaan seperti sholawat, kajian-kajian serta kegiatan acara besar dari suatu majelis membuat platform YouTube dapat mencakup berbagai aktivitas. Aktivitas yang menggunakan media komunikasi seperti YouTube menjadi trend sarana penyampaian informasi salah satunya penyampaian materi keagamaan (I Makna A'raaf K et al., 2021). Pemanfaatan jejaring internet dari tahun ke tahun semakin pesat dan penggunaan media ini merupakan wadah dalam mendidik atau menjadi arus pengetahuan bagi masyarakat. Kajian-kajian dan kegiatan dakwah tentu akan mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Perubahan laju informasi menggunakan media inilah yang akan memberikan kemudahan serta alternatif kepada masyarakat dalam mengakses suatu kajian. Tak perlu menggunakan biaya, kebebasan penggunaan media ini menjadi peluang majelis Bil Musthofa dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat.YouTube sebagai media sosial berbasis audio-visual pun pasti mempunyai

kebijakan bagi para penggunanya.

Dakwah menjadi sebuah proses perubahan individu atau masyarakat seperti perubahan pikiran dan perilaku menjadi lebih baik dari sebelumnya. Kegiatan dakwah menjadi aktifitas ajakan atau seruan kepada sekelompok orang untuk berbuat baik (Malihah, 2014). Penggunaan dakwah dalam era digital ini tentu akan menemukan kesulitan dalam menghadapi sebuah persoalan seperti adanya tantangan yang mana masyarakat harus mampu memanfaatkan media sosial karena YouTube menjadi platform yang digandrungi berbagai kalangan dan merupakan media yang efektif dalam menyampaikan pesan.

Media dakwah merupakan sarana yang memiliki fungsi dalam menyampaikan kajian kepada jamaahnya dalam bentuk video, rekaman serta surat kabar ataupun majalah (Kango, 2015). Media dakwah ini memiliki peran untuk menyebarkan dan mengajarkan kajian islami kepada masyarakat. Dakwah memiliki tujuan mendorong, menyeru kepada manusia untuk berbuat kebaikan dan menghindari dari perbuatan yang buruk (Naja, 2017). Konten-konten yang disajikan pun juga harus menarik agar dapat memikat audience atau penonton. Kegiatan dakwah ini dapat di ikuti tanpa adanya halangan jarak dan waktu. Kegiatan ini dapat di bagikan dalam berbagai media seperti: live streaming, talk show dan berbagai kajian lainnya.

Membangun media dakwah melalui YouTube tentu berbeda ketika penyampaian dakwah secara bertatap muka hal ini menjadi salah satu persiapan penyelenggara seperti penggunaan bahasa yang sopan dan beretika. Dakwah memiliki tujuan untuk membentuk dan mengubah umat islam menjadi lebih baik serta meyakinkan suatu keyakinan, sikap dan tindakan umat muslim. Seorang pendakwah di pandang bahwa ia memiliki kekuasaan dalam agama islam. Hal tersebut dilihat dari bagaimana cara ia melakukan seruan atau ajakan agar dapat menarik perhatian dan kepercayaan dari umat islam. Melalui media sosial inilah yang membuat para pendakwah dapat membangun relasi dan berinteraksi kepada umat islam lainnya (Kusuma, 2018).

Penggunaan platform YouTube ini dapat diakses oleh berbagai kalangan baik kalangan tua maupun muda (Rifa'i, 2020). Majelis Bil Musthofa melakukan proses dakwah dengan media YouTube dengan berbagai persiapan seperti mempersiapkan konten/kajian, dan caption sehingga dapat berguna dan diterima oleh masyarakat luas. Kajian di Majelis Bil Musthofa ini ditayangkan melalui platform YouTube dengan live

streaming serta pengajian rutin dengan tujuan agar jamaah dapat menyaksikan tanpa harus hadir di majelis. YouTube mampu mempublikasikan pesan yang diolah melalui audio-visual sehingga penyampaian kajian menarik dan interaktif bagi para jamaahnya (Arifin, 2016). Terdapat 4 tahapan dalam implikasi penggunaan YouTube dengan proses difusi inovasi, antara lain :

3.2.1. Pengetahuan

Pengetahuan ini mengulik terkait pemahaman masyarakat dengan adanya inovasi dan bagaimana inovasi itu berfungsi. Dalam tahap ini membuktikan bahwa dalam melakukan penggalian informasi konten kajian islami (kelompok usia tua) memiliki rasa ingin tahu akan konten-konten @Bil Musthofa, sehingga mulai mencari pemahaman pengaplikasian YouTube sebagai media dakwah.

3.2.2. Persuasif

Dalam poin persuasif ini mengetahui bagaimana masyarakat itu membentuk sikap terhadap inovasi. Kehadiran YouTube sebagai media dakwah menghasilkan sikap baik dan sikap buruk pada saat melihat tayangan yang disajikan. Sikap baik pada platform YouTube ini terlihat dari bagaimana masyarakat yang menikmati konten walaupun berada jauh dari lokasi majelis @Bil Musthofa. Sikap buruk terjadi ketika terdapat kendala yang menjadi penghalang dalam menikmati konten seperti kendala koneksi dan gagap teknologi (gaptek) dalam penggunaan YouTube.

3.2.3. Keputusan

Dalam poin keputusan ini melibatkan masyarakat terkait menerima atau menolak inovasi, dalam tahap keputusan ini dapat berubah-ubah dalam mengadopsi inovasi. Masyarakat dapat mengadopsi YouTube karena dinilai mempermudah masyarakat menonton kajian @Bil Musthofa adapula peluang bagi masyarakat untuk menolak adopsi inovasi ini dikarenakan jika terjadi gangguan koneksi dan sulit memahami pengaplikasian YouTube.

3.2.4. Konfirmasi

Konfirmasi ini mengenai bagaimana masyarakat mencari keputusan yang kuat. Tahap ini masyarakat dapat memperkuat dalam keputusan adopsi inovasi, mungkin melalui evaluasi dan pemahaman kembali sehingga dapat mengubah keputusan dari yang awalnya merasa kesulitan kemudian menjadi paham dalam pengaplikasian YouTube.

4. PENUTUP

Hasil dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa berdakwah dalam memberikan kajian islam melalui YouTube akan memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada masyarakat. Di dalam era digital, masyarakat akan membangun salah satu interaksi sosial sehingga akan membentuk suatu hubungan menjadi luas antar individu. Pemanfaatan YouTube ini dapat menarik bagi masyarakat seperti halnya dengan YouTube @Bil Musthofa memiliki daya ketertarikan yaitu dari *thumbnail* dan *live streaming*. Kedua, adanya hambatan yang menjadi penghalang dalam pengaplikasian YouTube seperti kendala teknis yang sering terjadi karena koneksi internet di setiap daerah tidak memungkinkan sinyal berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmawanti, S. (2013). Motif Pengguna Jejaring Sosial Google + Di Indonesia. *E-Komunikasi*, 1(3).
- Alfandi, M. (2013). Prasangka: Potensi Pemicu Konflik Internal Umat Islam. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosia Keagamaan*, 21(1), 113. <https://doi.org/10.21580/ws.2013.21.1.239>
- Arifin, R. (2016). Pengaruh youtube sebagai alat komunikasi massa. *Pengaruh Youtube Sebagai Alat Komunikasi Massa*, 1969, 9–26. <http://eprints.umm.ac.id/40615/3/BABII.pdf>
- Ariwardhani, C., Rochim, A. F., & Windasari, I. P. (2014). Sistem Informasi Wisata Kuliner di Kota Semarang Berbasis Web. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Komputer*, 2(1), 11–15. <https://doi.org/10.14710/jtsiskom.2.1.2014.11-15>
- Aziz. (2013). *Pesantren begitu besar memberikan andil dalam proses penyebaran agama Islam di Indonesia ini, sehingga sangat melekat dalam benak 1*. hlm 1-11.
- Aziz, M. S., Indrasari, M., Pamuji, E., Wulandari, E. R., & Prasnowo, M. A. (2022). Systematic Review: Use of Digital Media as a Means of Communication of Da'wah. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 10(2), 187–193. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v10i2.324>
- Eka Ananda Putri, N. (2019). BAB II Tinjauan Pustaka BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. 1–64. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local*, 1(69), 5–24.
- Fadlun, F. (2021). Desain Dakwah Islam Pada Masyarakat Industri 4.0 Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Di Channel Youtube. *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 107–114. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v13i2.2220>

- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Fitri, R. (2022). *Pesantren Di Indonesia Lembaga Pembentukan Karakter*, *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, Vol.2, No.1. 2(1), 186.
- Hamidah, T. (2020). An Analysis of The Contents of Da'wah Attaki in You Tube Media with The Title of "The Most Beautiful Love" in The Perspective of Religious Moderation. *Proceeding of International Conference on Engineering, Technology, and Social Sciences (ICONETOS)*, 1(1), 29. <https://doi.org/10.18860/iconetos.v1i1.1152>
- I Makna A'raaf K, Prihantoro N P, Larasati, S., M. Fais Noor M, & Hisny Fajrussalam. (2021). Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah Di Era Pandemi Covid-19. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21(2), 173–180. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v21i2.2627>
- Ii, B. A. B., & Youtube, A. (2020). *akan dapat menghasilkan uang. 3 Youtube ini merupakansalah satu situs yang dapat digunakan untuk*. 15–41.
- Iii, B. A. B. (2009). *Ndraha, Research Teori Metodologi Administrasi I*, (Jakarta : BinaAksara, 1985), h. 103. 76–85.
- Jeffery, T. (1987). Teori Difusi Inovasi. *Synthesis*, 1, 70–71.
- Kango, A. (2015). Dakwah Di Tengah Komunitas Modern. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16(1), 42–53.
- Kusuma, R. S. (2018). Religious authority and social media: Indonesian da'i use of Facebook. *International Conference on Islam and Muslim Societies (ICONIS)*, September, 231–243.
- Malihah, L. (2014). Konsep Dakwah. *Jurnal Dakwah*, 12(2), 19–60.
- Meylani, N. (2020). *Pesan Dakwah Shalawat Dalam Channel Youtube Wirda Mansur*. December, 66–74. <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/10068/>
- Moleong. (2005). *Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara secara dan pengamatan secara mendalam kepada para informannya*. 1.
- Moleong. (2016). *Pembiasaaan Nilai-Nilai Nasionalisme di SD Negeri Minomartani I Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Provinsi DIY*. 37–47.
- Mukrimaa, S. S., Nurdyansyah, Fahyuni, E. F., YULIA CITRA, A., Schulz, N. D., د غسان, Taniredja, T., Faridli, E. M., & Harmianto, S. (2016). Komunikasi Dakwah di Era Multimedia. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 6(August), 128.
- Naja, H. N. (2017). *Peran Dakwah Jama'ah Tabligh Dalam Menanamkan Nilai-Nilai*

- Islam Masyarakat Bangan Desa Boto Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban*. 102. <http://etheses.iainkediri.ac.id/155/3/7>. BAB II.pdf
- Nasution, F. E. I. (2020). *Konsep Khaira Ummah Menurut M Quraish Shihab Dan Mahmud Yunus*. 1–23.
- Ozsoy-Unubol, T., & Alanbay-Yagci, E. (2021). YouTube as a source of information on fibromyalgia. *International Journal of Rheumatic Diseases*, 24(2), 197–202. <https://doi.org/10.1111/1756-185X.14043>
- Rifa'i, R. (2020). *Pengaruh Media YouTube*. 1–33. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/17432/> Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Risma, O. (2011). New Media Digital . *Skripsi*, 12–33.
- Ritonga, M., Jurnal Komunikasi, Magister, P., & Penyiaran, K. (2019). 2019 R *Ritongakomunikasi dakwah zmn milenial*. 60–77.
- Rohman, D. A. (2020). Komunikasi Dakwah Melalui Media Sosial. *Tatar Pasundan : JurnalDiklat Keagamaan*, 13(2), 121–133. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.19>
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Mediadi Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 146–148. <https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>
- Sheila Maria. (2022). Tantangan dan Strategi Dakwah untuk pemuda. *Dakwah: Jurnal KajianDakwah Dan Kemasyarakatan*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Suardi, I. W. (2019). *Dakwah Muhammadiyah melalui Bidang Pendidikan*. June, 17. <https://doi.org/10.31227/osf.io/scjnnq>
- Teguh Wiyono. (2022). *STRATEGI ASOSIASI MEDIA PONDOK JAWA TIMUR DALAMKONTEN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL YOUTUBE*. 2, 1–134.
- Thanissaro, P. N., & Kulupana, S. (2015). Buddhist teen worldview: Some normative background for health professionals. *Contemporary Buddhism*, 16(1), 28–42. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Valiant, V. (2020). *Penggunaan media sosial youtube dalam menyampaikan pesan dakwah (studi deskriptif pada channel yufid.tv)*. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>