

Peran Video Dakwah di Youtube dalam Meningkatkan Kesadaran Keagamaan pada Remaja di Era Digital

Anis Marti, Ahmad Khairul Nuzuli, Aan Firtanosa

Institut Agama Islam Negeri Kerinci, Jambi

anissmarti02@gmail.com

ABSTRAK: Konten dakwah adalah materi atau isi yang dibuat dan disampaikan dengan tujuan menyebarkan ajaran agama Islam serta mengubah pemikiran, sikap, dan tindakan individu atau masyarakat agar lebih dekat dengan Allah SWT. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah yang mencakup topik agama, isu sosial, dan kehidupan pribadi remaja memiliki daya tarik bagi mereka. Para pelaku dakwah perlu berperan sebagai penjaga filter dan memastikan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui media digital, termasuk YouTube, memiliki nilai yang bermanfaat dan sejalan dengan ajaran agama. Media digital, terutama YouTube, memberikan peluang besar untuk menyebarkan pesan dakwah yang positif dan bernalih. Konten dakwah memiliki potensi besar untuk berkembang melalui penggunaan media digital, khususnya *platform* YouTube. Namun, pelaku dakwah perlu menghadapi tantangan seperti penggunaan yang tepat dari media digital, memperhatikan kontroversi dalam konten dakwah, serta memahami minat dan kebutuhan audiens mereka. Dalam menghadapi kontroversi konten dakwah di YouTube, perbedaan pandangan yang kompleks harus diakui. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan bahasa yang tepat, memilih materi dakwah yang tidak kontroversial, dan menjaga keakuratan serta validitas konten yang disampaikan. Hal ini dilakukan untuk menghindari kontroversi yang tidak diinginkan dan mencegah dampak negatif yang timbul.

Kata kunci: konten dakwah, media digital, YouTube, topik agama, kontroversi

ABSTRACT: *Dakwah content is material or content created and delivered with the aim of spreading the teachings of Islam and transforming the thoughts, attitudes, and actions of individuals or communities to be closer to Allah SWT. The method used in this research is qualitative descriptive with a phenomenological approach. The research findings indicate that dakwah content covering religious topics, social issues, and personal lives of teenagers has an appeal to them. Dakwah practitioners need to act as filters and ensure that the dakwah content delivered through digital media, including YouTube, has beneficial value and aligns with religious teachings. Digital media, especially YouTube, provides great opportunities to spread positive and valuable dakwah messages. Dakwah content has significant potential for growth through the use of digital media, particularly the YouTube platform. However, dakwah practitioners need to address challenges such as appropriate use of digital media, considering controversies in dakwah content, and understanding the interests and needs of their audience. In facing controversies surrounding dakwah content on the YouTube platform, the complex differences in perspectives should be acknowledged. Therefore, it is important to use appropriate language, select non-controversial dakwah materials, and maintain the accuracy and validity of the content delivered. These steps are taken to avoid unwanted controversies and prevent potential negative impacts.*

Keywords: *dakwah content, digital media, YouTube, religious topics, controversy*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi tidak terlepas dari kehidupan manusia saat ini. Kemajuan teknologi telah memungkinkan diperolehnya secara instan berbagai informasi yang terjadi di berbagai tempat di dunia. Sebelum abad ke-20, istilah teknologi tidak lazim dalam bahasa Inggris dan biasanya mengacu pada deskripsi atau studi seni terapan. Namun dalam 200 tahun terakhir, penggunaan istilah teknologi telah berubah secara signifikan (Grabb, 1823). Istilah ini sering dikaitkan dengan pendidikan teknik seperti di Massachusetts Institute of Technology (Julius, 2005).

Kata teknologi mengacu pada pengembangan dan penerapan berbagai perangkat atau sistem untuk memecahkan masalah yang dihadapi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bahasa sehari-hari, arti kata teknologi dekat dengan konsep regulasi (Maryono, 2008). Teknologi adalah sarana umum untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Penggunaan teknologi oleh manusia dimulai dengan mengubah sumber daya alam menjadi alat-alat sederhana. Perkembangan teknologi terkini telah menghilangkan hambatan fisik untuk berkomunikasi, memungkinkan orang untuk berinteraksi secara bebas dalam skala global dengan menggunakan berbagai teknologi seperti mesin cetak, telepon, dan internet.

Internet adalah sebuah jaringan komputer yang sangat luas dan global yang menghubungkan pengguna komputer dari berbagai negara di seluruh dunia. Di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi yang dapat diakses, mulai dari yang statis hingga yang dinamis dan interaktif. Internet adalah hasil dari kemajuan teknologi informasi yang berkembang dengan sangat cepat dan tidak terbatas oleh batas-batas negara dan sektor kehidupan manusia. Internet merupakan kepanjangan dari *interconnection networking*. Hal ini merujuk pada jaringan komputer yang saling terhubung ke seluruh dunia tanpa memperhatikan batasan-batasan seperti wilayah, hukum, dan budaya. Secara visual, internet dapat diibaratkan seperti jaring laba-laba yang menyebar di seluruh dunia dan terdiri dari banyak titik atau *node* yang saling terhubung (Hadi, 2008).

Dari segi pengguna, internet digunakan oleh berbagai kalangan. Pengelola media, pengelola media massa, penerbit buku, dosen, guru, pustakawan, *retailer*, departemen pemasaran, gamers, semuanya menggunakan internet. Alasan menggunakan tergantung minat dan kegunaan. Mereka menggunakan Internet untuk tujuan komunikasi, untuk memfasilitasi pekerjaan mereka, dan untuk mengakses data dan informasi. Mereka mencari dan menggunakan informasi dari sumber internet (Yusuf et al., 2019). Dari perkembangan teknologi internet yang demikian pesat, muncul *platform* video daring seperti YouTube.

YouTube adalah situs berbagi video yang populer di mana pengguna dapat mengunduh, menonton, dan membagikan video secara gratis (Faiqah et al., 2016) Perkembangan YouTube terutama didukung oleh kemajuan teknologi internet dan perangkat seluler, yang membuat video dapat ditonton dan dibagikan secara mudah dan cepat oleh pengguna di seluruh dunia. YouTube memungkinkan pengguna untuk mengunggah dan membagikan video mereka secara gratis, sehingga memberikan kesempatan bagi orang-orang untuk menghasilkan uang dan menjadi selebritas internet. Hal ini juga memungkinkan munculnya *platform* video daring yang lebih spesifik seperti video dakwah.

Video dakwah merupakan salah satu cara menyampaikan pesan yang sekaligus merangsang baik penglihatan maupun pendengaran. Bentuk ini telah diimplementasikan pada media televisi, video, multimedia interaktif dan jenis media lainnya (Tresan, 2018). Perkembangan video dakwah sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi internet dan perangkat seluler. Seorang pendakwah seperti Ustad Abdul Somad dan Ustad Adi Hidayat memanfaatkan YouTube sebagai sarana untuk menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak terkhususnya remaja di seluruh dunia. Melalui video dakwah, keduanya dapat mengkomunikasikan pesan-pesan keagamaan secara lebih interaktif dan menarik, sehingga lebih mudah diterima oleh para remaja. Remaja merupakan target utama dari akun dakwah di YouTube. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa remaja adalah kelompok usia terbesar yang menggunakan aplikasi YouTube. Selain itu, masa remaja adalah fase di mana mereka sedang mencari jati diri dan masa di mana mereka cenderung

lebih terbuka terhadap informasi yang diterima. Para remaja juga memiliki tingkat keingintahuan yang tinggi terkait ajaran agama dan mereka cenderung mencari informasi yang sederhana, realistik, dan mudah dipahami melalui akun dakwah di YouTube. Akun-akun ini dirancang dengan gaya yang santai, kreatif, dan menarik, sehingga mampu menghadirkan pesan agama tanpa menjadi membosankan (Rizal et al., 2019). Hal ini membuat video dakwah di YouTube sebagai salah satu sarana efektif untuk menyebarkan dan memperkuat nilai-nilai keagamaan era digital saat ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak video dakwah pada kesadaran keagamaan remaja di era digital melalui konten video di YouTube. Peneliti akan meneliti bagaimana video dakwah dapat mempengaruhi pandangan dan perilaku remaja terhadap agama serta efektivitas video dakwah dalam menyampaikan pesan keagamaan pada remaja. Selain itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan bagaimana video dakwah dapat digunakan secara lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan wawasan bagi para pihak yang terkait untuk meningkatkan penggunaan video dakwah sebagai sarana edukasi keagamaan pada remaja di era digital.

Penelitian sebelumnya yang membahas dengan tema yang sama, adalah: pertama, penelitian Hamdan & Mahmudin (2021) dengan metode studi kepustakaan yang berjudul "Youtube Sebagai Media Dakwah". Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Youtube dapat digunakan sebagai media dakwah dalam bentuk video ceramah karena memiliki kesamaan sasaran dengan dakwah dan membutuhkan pemirsa dalam jumlah dan kualitas yang baik. Semakin banyak pemirsa dan fanatik yang dimiliki, semakin baik pula bagi YouTube dan dapat dimanfaatkan oleh dakwah untuk menjangkau lebih banyak pemirsa (Hamdan & Mahmudin, 2021).

Kedua, Hamid & Falihin (2020) menggunakan metode deskriptif dengan judul "Studi Tentang Penerapan Dakwah Melalui Konten Video

Ceramah dalam Media Youtube pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam IAI DDI Polewali Mandar". Penelitian ini menyimpulkan bahwa media YouTube dapat digunakan sebagai sarana dakwah melalui konten video ceramah karena dapat diakses kapan saja dan di mana saja serta mudah dipahami oleh mahasiswa. Hal ini dikarenakan mahasiswa dapat mencari materi dakwah yang dibutuhkan dalam konten video Islam yang ada di YouTube. Dengan demikian, dakwah melalui konten video ceramah dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari oleh mahasiswa (Hamid & Falihin, 2020).

Ketiga, Rahmawati (2021) menggunakan metode kualitatif dengan judul "Optimalisasi YouTube Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Milenial". Menyimpulkan bahwa dakwah menjadi populer di era modern ini dan dapat diakses melalui berbagai *platform* digital yang dapat diakses melalui internet, seperti YouTube, Instagram, Twitter, dan platform lainnya. YouTube adalah *platform* yang sangat mudah diakses oleh berbagai kalangan dan saat ini sering digunakan sebagai media dakwah. Didukung dengan keadaan yang memaksa orang untuk tinggal di rumah telah membuat YouTube menjadi pilihan yang cocok dan direkomendasikan untuk berdakwah. Dengan demikian, dakwah melalui media massa digital menjadi lebih mudah dan lebih luas jangkauannya (Rahmawati et al., 2021).

Penelitian ini membangun pada temuan dan konteks dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Hamdan & Mahmudin (2021), Hamid & Falihin (2020), dan Rahmawati (2021), tetapi dengan fokus yang lebih khusus dan pendekatan yang berbeda. Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk mengevaluasi dampak video dakwah terhadap kesadaran keagamaan remaja di era digital melalui konten video di platform YouTube. Peneliti menyelidiki bagaimana video dakwah dapat mempengaruhi pandangan dan perilaku remaja terhadap agama serta seberapa efektif video dakwah dalam menyampaikan pesan keagamaan pada remaja. Seiring dengan itu, penelitian ini juga akan mempertimbangkan strategi yang dapat digunakan secara lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja melalui media digital. Meskipun penelitian-penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi peran YouTube dalam dakwah dan popularitasnya sebagai *platform*

media sosial, penelitian ini memberikan kontribusi yang lebih mendalam dalam memahami pengaruh konkret dari video dakwah terhadap remaja di era digital.

Referensi penelitian terdahulu diajukan dalam tinjauan pustaka ini karena penelitian-penelitian tersebut membahas berbagai aspek terkait dengan penggunaan video dakwah di platform YouTube serta menyoroti pentingnya peran *platform* ini dalam menyebarluaskan pesan keagamaan. Walaupun penelitian-penelitian tersebut memiliki tujuan dan metode penelitian yang berbeda, mereka memberikan pemahaman awal yang relevan tentang konteks penggunaan YouTube dalam dakwah dan pendidikan agama. Informasi dari penelitian-penelitian tersebut membentuk dasar bagi penelitian ini untuk lebih memahami dampak konkret dari video dakwah terhadap kesadaran keagamaan remaja dan sejauh mana efektivitas video dakwah dapat dievaluasi dalam konteks ini. Oleh karena itu, penelitian-penelitian terdahulu ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengisi celah pengetahuan dan memberikan kerangka kerja penting bagi penelitian yang lebih spesifik ini.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang dilakukan secara sistematis dan analitis dengan tujuan untuk merekonstruksi budaya dari suatu kelompok manusia tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pandangan-pandangan kelompok tersebut sebagai sebuah masyarakat yang utuh. Metode penelitian ini memperhatikan kualitas data dan memfokuskan pada makna dan interpretasi dari fenomena sosial yang diamati (Nursanjaya, 2021).

Penelitian ini dilakukan secara sistematis dengan langkah-langkah yang terfokus pada pemahaman mendalam terhadap pandangan remaja terkait dengan video dakwah di YouTube. Proses penelitian dimulai dengan pengumpulan data melalui observasi terhadap konten video dakwah yang tersedia di YouTube dan wawancara dengan

remaja yang mengonsumsi konten tersebut. Data kualitatif yang terkumpul kemudian dianalisis secara teliti, dengan perhatian khusus terhadap makna dan interpretasi pandangan remaja terhadap video dakwah. Analisis data melibatkan, kategorisasi, dan identifikasi pola atau tema utama yang muncul dari wawancara. Hasil analisis ini akan digunakan untuk merekonstruksi budaya keagamaan remaja dalam era digital dan memahami bagaimana video dakwah di YouTube mempengaruhi kesadaran keagamaan mereka. Dengan demikian, metode penelitian ini memungkinkan untuk mendapatkan wawasan yang mendalam mengenai peran video dakwah dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja dalam konteks digital.

Tabel 1. Deskripsi Informan

NO	Kode Informan	Usia	Pekerjaan
1	Informan 1	21	Mahasiswa
2	Informan 2	21	Mahasiswa
3	Informan 3	18	Pelajar
4	Informan 4	20	Mahasiswa
5	Informan 5	21	Mahasiswa

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Objek penelitian ini adalah remaja yang termasuk dalam kategori usia 18-21 tahun. Mereka berasal dari berbagai latar belakang pekerjaan, seperti mahasiswa dan pelajar. Objek penelitian ini adalah individu-individu muda yang menjadi audiens atau mereka yang aktif menonton video dakwah di *platform* YouTube.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktualitas dan kejadian adalah hasil dari Video dakwah di YouTube memiliki peran penting dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja di era digital, sejalan dengan temuan dalam

penelitian sebelumnya. Penelitian Hamdan & Mahmudin (2021) menunjukkan bahwa YouTube memiliki potensi sebagai media dakwah yang efektif, terutama ketika memiliki jumlah pemirsa dan penggemar yang besar. Hasil penelitian Hamid & Falihin (2020) juga menggarisbawahi kemudahan akses dan pemahaman konten video ceramah di YouTube yang dapat menjadi sarana dakwah yang efektif, terutama di kalangan mahasiswa. Sementara itu, penelitian Rahmawati (2021) menekankan bahwa YouTube sebagai *platform* yang mudah diakses dan populer, merupakan pilihan yang cocok untuk berdakwah, terutama dalam situasi yang memaksa orang untuk tinggal di rumah (Rahmawati et al., 2021). Namun, terdapat kesamaan dalam penekanan bahwa video dakwah di YouTube memiliki potensi besar untuk mencapai audiens yang lebih luas, terutama di kalangan generasi muda. Selain itu, semua penelitian ini mendukung ide bahwa pemilihan bahasa, teknologi, dan strategi yang tepat dalam penyampaian pesan dakwah adalah kunci untuk menciptakan konten yang efektif.

Dakwah Melalui Media Digital

Dakwah melalui media digital adalah upaya untuk menyebarkan pesan-pesan agama dan nilai-nilai Islam melalui penggunaan *platform* dan teknologi digital. Dakwah yang dilakukan dengan memanfaatkan berbagai jenis media digital seperti YouTube, Internet, dan sebagainya.

Dakwah adalah menyampaikan, menyampaikan di sini adalah menyebarkan ajaran ajaran baik yang diajarkan dalam Islam. Cara dakwah melalui media digital yang paling mudah dilakukan oleh semua orang adalah dengan membagikan semacam *flyer* atau *Instastory* yang mengajak untuk berbuat baik (Hasil wawancara informan 1).

Informan 1 mengatakan bahwa dakwah adalah mengkomunikasikan atau menyebarkan nilai-nilai positif yang diajarkan dalam Islam. Salah satu cara dakwah yang mudah dilakukan oleh semua orang melalui media digital adalah dengan membagikan materi berupa *flyer* atau *Instastory* yang bersifat mengajak untuk melakukan kebaikan.

Definisi dakwah menurut saya yaitu kegiatan menyeru, mengajak orang dalam kebaikan di dalam mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan akidah yang telah ada. Cara berdakwah dengan media digital adalah seorang da'i harus benar-benar menguasai materi konten yang akan disampaikan kepada masyarakat, da'i juga harus memperbanyak sumber materi agar tidak terjadi kesalahan, paham akan media digital yang menjadi media untuk berdakwah (Hasil wawancara informan 2).

Informan 2 mengatakan bahwa, dakwah adalah kegiatan mengajak orang lain untuk mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan akidah yang telah ada, dengan cara seorang da'i perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang materi konten yang akan disampaikan kepada masyarakat. Selain itu da'i juga harus menggali sumber-sumber materi yang beragam agar terhindar dari kesalahan. Serta penting bagi da'i untuk memahami dan menggunakan media digital yang menjadi sarana untuk berdakwah.

Dakwah adalah mengajak orang lain menuju kebaikan, cara berdakwah di media digital bisa melalui *chat*, *story* media sosial, ataupun yang lainnya (Hasil wawancara informan 3).

Informan 3 mengatakan bahwa dakwah adalah upaya untuk mengajak orang lain menuju kebaikan dan kebenaran. Dalam era digital, salah satu cara dakwah yang efektif adalah melalui media *chat* atau pesan singkat.

Dakwah adalah menghimbau ke kebaikan melalui video pendek di media sosial (Hasil wawancara informan 4).

Informan 4 mengatakan bahwa, dakwah adalah upaya menghimbau atau mengajak orang kepada kebaikan. Dakwah melalui media digital dapat dilakukan melalui video pendek di media sosial yang bersifat keagamaan.

Mengajak umat dalam mengamalkan dan mempelajari ajaran syariat Islam lalu mengaplikasikan dalam kehidupan masyarakat. menyeru atau menyampaikan. Untuk berdakwah melalui media digital

yang pertama kita harus mengetahui situasi dan permasalahan apa yang banyak terjadi pada saat ini terutama pada kaum anak muda, yang kedua di dalam berdakwah kita harus memberi banyak motivasi agar orang menyukai dakwah kita tersebut dan juga bisa menjadi pelajaran untuk berubah menjadi lebih baik dan memberi semangat terkhusus buat anak muda (Hasil wawancara Informan 5).

Informan 5 mengatakan bahwa dakwah merupakan upaya untuk mengajak umat Islam dalam mengamalkan dan mempelajari ajaran syariat Islam serta mengaplikasikannya dalam kehidupan masyarakat. Dakwah melalui media digital dapat dilakukan dengan memperhatikan situasi dan permasalahan yang terjadi di kalangan masyarakat saat ini agar dapat memberikan solusi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Dari hasil wawancara kelima informan, terdapat perbedaan dalam definisi dakwah dan cara berdakwah melalui media digital. Informan 1 dan 4 berpendapat bahwa dakwah adalah menyebarkan ajaran baik melalui media digital seperti *flyer*, *Instastory*, dan video pendek di media sosial. Sementara itu, informan 2, 3, dan 5 memandang dakwah sebagai upaya mengajak dan menyeru orang dalam kebaikan dengan mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan akidah yang telah ada dan cara berdakwah melalui media digital dilakukan dengan menguasai materi konten yang disampaikan, memperbanyak sumber materi, memahami media digital yang digunakan, serta memberikan motivasi dan semangat kepada orang yang diajak untuk berdakwah.

Dakwah merupakan suatu kegiatan yang bersifat mengajak seseorang untuk berbuat amar ma'ruf nahi munkar. Dakwah melalui media digital memang dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Namun, untuk mencapai tujuan yang lebih luas, dakwah melalui media digital juga memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif. Oleh karena itu, para pelaku dakwah perlu memperluas pengetahuan dan kemampuan dalam berdakwah melalui media digital agar pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Perkembangan teknologi saat ini memiliki dampak yang signifikan terhadap model dakwah yang semakin berkembang pesat dan

dinamis. Salah satu tren teknologi pada era milenial adalah media digital yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses informasi. Dakwah sendiri merupakan sebuah upaya untuk menyeru, memanggil, mengajak, dan mendorong seseorang untuk melakukan kebaikan. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, dakwah harus memanfaatkan segala instrumen komunikasi yang tersedia dengan sebaik-baiknya. Jika tidak, maka dakwah akan tertinggal dan semakin melambat, yang pada akhirnya akan berdampak pada akhlak dan moral generasi milenial (Mardiana, 2020).

Video Dakwah untuk Meningkatkan Kesadaran Keagamaan Remaja

Informan 1 mengatakan bahwa melalui paparan konten dakwah yang sering muncul di fitur *For You Page* (FYP) di TikTok, individu dapat mengalami peningkatan kesadaran keagamaan baik secara signifikan maupun dalam bentuk perubahan kecil. Dengan kata lain, bahwa terus menerus melihat video dakwah tersebut akan memberikan dampak positif terhadap kesadaran keagamaan individu.

Menurut saya kalau untuk meningkatkan kesadaran keagamaan tentu sangat berpengaruh, contohnya saja jika sering muncul video-video dakwah di FYP Tiktok, cepat atau lambat pasti akan berpengaruh, baik itu dengan perubahan besar ataupun kecil (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2 mengatakan bahwa video dakwah memiliki dampak positif dalam meningkatkan kesadaran remaja di era digital saat ini. Dalam era digital, remaja menghadapi kesulitan dalam mengikuti dakwah secara langsung, namun video dakwah menyediakan konten yang mudah diakses dan dipahami. Kehadiran konten dakwah dalam bentuk video di era digital memberikan akses yang mudah bagi remaja untuk mempelajari agama dan memahami isu-isu agama. Dengan berbagai konten dakwah yang tersedia, remaja dapat memilih sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran remaja akan pentingnya mempelajari agama.

Pengaruh video dakwah dalam meningkatkan kesadaran remaja di era

digital saat ini memang sangat membantu sekali, apalagi remaja sekarang susah dalam mengikuti setiap dakwah yang ada secara *offline*, nah ketika era digital hadir banyak konten-konten dakwah yang bisa membuat remaja sadar pentingnya mempelajari tentang agama dan mempermudah remaja memahami sedikit banyaknya materi dakwah yang mana kita lihat diera digital bermacam-macam konten dakwah yang tersebar dari ulama ternama hingga yang da'i yang baru memulai berdakwah di era digital saat ini (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3, mengatakan bahwa video dakwah memiliki pengaruh dalam meningkatkan kesadaran remaja, terutama dengan ketersediaan video tentang agama di media sosial saat ini. Adanya konten video dakwah di *platform* media sosial memberikan akses yang mudah dan luas bagi remaja untuk memahami agama. Hal ini memberi kesempatan bagi mereka untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang agama dengan cara yang lebih mudah dan terjangkau. Dengan demikian, video dakwah di media sosial memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran remaja terhadap agama.

Lumayan berpengaruh, apalagi sekarang sudah banyak sekali video tentang agama di media sosial (Hasil wawancara informan 3).

Informan 4 mengatakan bahwa pengaruh video dakwah terhadap peningkatan kesadaran remaja dapat dianggap memiliki faktor yang seimbang (50:50). Dalam hal ini, fitur FYP di media sosial membantu remaja menemukan konten yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Namun, penting untuk diingat bahwa ada faktor lain yang juga berperan dalam meningkatkan kesadaran keagamaan remaja, seperti pengalaman pribadi, lingkungan sosial, dan pendidikan agama formal. Dengan demikian, video dakwah hanyalah salah satu aspek yang mempengaruhi kesadaran keagamaan remaja, sementara faktor lain juga memiliki peran yang signifikan.

Pengaruh video dakwah itu 50:50 karena di media sosial ada FYP yang memunculkan konten yang sering atau pas dengan usia

remaja (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5 mengatakan bahwa video dakwah memiliki keunggulan dalam mencapai anak muda yang aktif di media sosial, dan ini dapat memberikan dampak yang kuat terhadap mereka. Konten dakwah tersebut dapat memberikan inspirasi, pengetahuan, dan pemahaman tentang agama yang dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan mereka. Oleh karena itu, video dakwah memiliki peran yang penting dalam membentuk kesadaran dan perilaku keagamaan anak muda saat ini.

Sangat berpengaruh karena di zaman sekarang ini kebanyakan anak-anak muda menggunakan media sosial, jadi banyak sedikitnya anak-anak muda pasti melihat video dakwah yang ada di media sosial dan menjadi teguran dan kesadaran juga jika anak-anak muda melihat video tersebut (Hasil wawancara informan 5).

Dari hasil wawancara kelima informan di atas, terdapat perbedaan pandangan mengenai pengaruh video dakwah dalam meningkatkan kesadaran keagamaan di era digital saat ini. Informan 1, 2, dan 5 berpendapat bahwa pengaruh video dakwah sangat besar karena di media sosial banyak tersedia konten dakwah yang mempermudah remaja dalam memahami ajaran agama dan memperoleh kesadaran akan pentingnya mempelajari agama, sedangkan informan 3 dan 4 mengungkapkan bahwa pengaruh video dakwah masih signifikan, namun pada tingkat yang berbeda-beda. Informan 3 menganggap pengaruhnya lumayan berpengaruh, sedangkan informan 4 menilai bahwa pengaruh video dakwah sebesar 50:50 karena tergantung pada konten yang disajikan dan FYP di media sosial yang bisa memunculkan konten yang tepat dengan usia remaja. sehingga pengaruhnya bergantung pada konten yang disajikan.

Video dakwah memiliki potensi besar untuk memperkuat kesadaran keagamaan pada generasi muda, tetapi terdapat faktor yang mempengaruhi efektivitasnya seperti konten dan kemampuan media sosial untuk menampilkan konten yang tepat. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kualitas dan relevansi konten dakwah pada media sosial serta

meningkatkan kemampuan media sosial untuk menampilkan konten yang tepat agar video dakwah dapat lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada generasi muda di era digital saat ini. Konten dakwah memiliki pengaruh yang besar terhadap minat remaja untuk mendengarkannya, selain cara penyampaian. Menurut survei, sebagian besar remaja masih menyukai dakwah selama pandemi, namun hanya sebagian kecil yang mendengarkannya secara teratur. Mayoritas remaja lebih memilih mendengarkan dakwah melalui YouTube dengan konten tentang kehidupan dan menyukai metode dakwah yang diberikan dalam bentuk contoh dan keteladanan (Parhan et al., 2022).

Konten Dakwah yang Diminati Remaja di YouTube

Informan 1 menyatakan bahwa sebagai seorang remaja, terfokus pada podcast dengan materi keagamaan dan bincang-bincang santai terkait isu-isu terkini, terutama tentang moderasi beragama. remaja tertarik untuk mendengarkan ustaz-ustaz yang kekinian dalam podcast tersebut. Minat ini menunjukkan bahwa remaja memiliki ketertarikan yang kuat dalam menggali pemahaman agama dan mendiskusikan isu-isu terkait keagamaan dengan cara yang santai.

Sejauh ini yang saya minati sebagai remaja, adalah podcast dengan materi keagamaan, atau bincang-bincang santai terkait isu-isu terkini terutama tentang moderasi beragama oleh ustaz-ustaz yang kekinian juga (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2 mengatakan bahwa terdapat minat yang besar terhadap konten dakwah dari ustaz Abdul Somad dan ustaz Adi Hidayat. Keduanya adalah tokoh terkenal di Indonesia dan mendapatkan popularitas yang tinggi di platform YouTube. Hal ini menunjukkan bahwa remaja memiliki ketertarikan yang kuat dalam mendengarkan ceramah dan pengajaran agama dari ustaz-ustaz populer seperti Abdul Somad dan Adi Hidayat. Mereka dianggap sebagai sumber inspirasi dan pengetahuan dalam memperdalam pemahaman agama mereka.

Setahu saya dan seringnya mendengar cerita dari teman-teman seusia saya yang mana mereka banyak mengikuti konten dakwah ustaz Abdul Somad dan juga ustaz Adi Hidayat yang terkenal di Indonesia saat ini, sebenarnya banyak tetapi dua orang ini selalu teratas urutan yang banyak diminati remaja di platform YouTube (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3 mengatakan bahwa remaja memiliki minat untuk mendapatkan pemahaman agama yang dapat membimbing mereka dalam menjalani hubungan percintaan yang sesuai dengan ajaran agama, memahami pentingnya pernikahan dalam Islam dan meningkatkan hubungan mereka dengan orang tua. Mereka mencari panduan dan saran dari konten dakwah dalam rangka memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai topik-topik tersebut.

Mengenai percintaan, pernikahan dan orang tua (Hasil wawancara informan 3).

Informan 4, mengatakan bahwa remaja memiliki minat yang besar terhadap konten dakwah yang disampaikan oleh ustaz Abdul Somad dan ustaz Adi Hidayat. Kehadiran ustaz Abdul Somad dan ustaz Adi Hidayat dalam dunia dakwah di Indonesia telah mendapatkan respon yang positif dari remaja. Mereka dianggap sebagai figur yang menginspirasi dan mampu memberikan pengajaran agama dengan cara yang menarik dan relevan dengan kondisi remaja saat ini. Remaja sangat tertarik untuk mendengarkan ceramah, nasihat, dan pengajaran agama yang disampaikan oleh keduanya.

Dakwah yang disampaikan oleh ustaz Abdul Somad dan ustaz Adi Hidayat (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5 mengatakan bahwa dalam mencari pemahaman tentang hukum berpacaran dalam Islam, remaja berupaya mencari konten dakwah, ceramah, atau nasehat dari ustaz-ustaz yang dianggap memiliki pengetahuan agama yang kredibel. Mereka ingin memahami batasan-batasan agama, persyaratan, dan nasihat yang relevan dalam menjalani hubungan percintaan menurut ajaran Islam. Minat ini menunjukkan bahwa kaum

anak muda memiliki keinginan untuk memahami bagaimana Islam memandang hubungan percintaan mereka dan bagaimana mereka dapat menjalin hubungan yang sesuai dengan ajaran agama.

Yang banyak diminati oleh kaum anak muda yaitu tentang bagaimana hukum dalam Islam tentang berpacaran (Hasil wawancara informan 5).

Dari hasil wawancara kelima informan; informan 1, 2, dan 4 menunjukkan ketertarikan pada podcast dakwah dan keagamaan yang disampaikan oleh ustaz terkini seperti Abdul Somad dan Adi Hidayat. Sementara itu, informan 3 menunjukkan ketertarikan pada topik mengenai percintaan, pernikahan, dan orang tua, dan informan 5 tertarik pada hukum Islam tentang berpacaran. Hal ini menunjukkan bahwa minat remaja saat ini cukup beragam dan mencakup topik agama, isu sosial, dan kehidupan pribadi. Remaja memiliki minat yang beragam, yang mencakup topik agama, isu sosial, dan kehidupan pribadi. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat dan lembaga pendidikan untuk memperhatikan minat dan kebutuhan remaja serta menyediakan berbagai jenis informasi dan pemahaman yang mereka inginkan. Dalam era teknologi yang semakin maju seperti saat ini, budaya global dan gaya hidup instan semakin marak di tengah masyarakat. Fenomena ini juga berpengaruh pada perkembangan model dakwah yang semakin pesat dan dinamis, terutama bagi generasi milenial yang sedang mencari jati diri. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi juga membawa dampak negatif seperti penyebaran konten radikal dan ekstrem yang dapat masuk ke semua lini masyarakat (Lestari, 2020).

Tantangan Konten Dakwah di Era Digital

Informan 1 menyatakan bahwa dalam menyampaikan konten dakwah yang kreatif meliputi penyuntingan kalimat yang tepat untuk mencakup audiens yang luas dengan preferensi yang beragam, riset, penulisan skrip, pengaturan lokasi, *editing*, serta menghadapi komentar-komentar netizen, termasuk komentar kebencian. Semua tantangan ini memerlukan persiapan yang matang dan kesiapan mental agar konten dapat disampaikan dengan baik

dan menghasilkan pembelajaran untuk video-video selanjutnya.

Tantangan yang dihadapi salah satunya adalah di mana kita harus benar-benar menyunting kalimat-kalimat yang akan kita sampaikan, karena orang yang akan menonton video dakwah itu cakupannya sangat luas dan mereka tentunya memiliki preferensi yang berbeda pula, kemudian dalam membuat konten yang kreatif itu sangat sulit menurut saya harus riset terlebih dahulu, membuat skrip, *set up* lokasi untuk *shoot* video, *editing*, belum lagi kita harus review komentar-komentar netizen tentang video kita yang akan menjadi pelajaran untuk kita di video kita selanjutnya, akan banyak sekali komentar kebencian yang jika kita tidak siap malah akan merusak mental kita sendiri karena itu sangat diperlukan kesiapan yang matang (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2 mengatakan bahwa dalam konteks membuat video dakwah, terdapat tantangan yang berkaitan dengan sarana penunjang internet, kuota internet, serta keterbatasan *gadget* yang mungkin memiliki kinerja yang lambat. Hal ini menunjukkan bahwa dalam era digital, kendala teknologi dapat menjadi tantangan yang perlu dihadapi dalam menyebarkan pesan dakwah melalui video. Dengan adanya tantangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas yang terbatas, baik dalam hal konektivitas Internet maupun kualitas perangkat, dapat menghambat efektivitas dan jangkauan penyebaran konten dakwah melalui medium video.

Tantangan yang dihadapi dalam membuat video dakwah adalah sarana penunjang internet dan juga kuota hingga dengan gadget yang lemot juga bisa menjadi tantangan dakwah diera digital ini (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3 mengatakan bahwa tantangan ini melibatkan pemahaman mendalam tentang audiens target, serta kemampuan untuk menggabungkan pesan agama dengan cara yang dapat menarik perhatian dan mempengaruhi penonton. Dalam konteks dakwah, menyampaikan pesan agama dengan cara yang mudah dipahami,

relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan memenuhi kebutuhan spiritual penonton menjadi tantangan yang signifikan.

Susahnya mengkondisikan dengan dakwah yang diinginkan oleh penonton (Hasil wawancara informan 3).

Informan 4 mengatakan bahwa dengan menggabungkan konten yang menarik dan editing video yang kompatibel, para pembuat konten dapat menciptakan materi dakwah yang efektif dan menarik bagi audiens di media sosial. Hal ini akan membantu dalam menyebarkan pesan-pesan dakwah dengan lebih efektif dan mencapai lebih banyak orang di era milenial.

Konten yang menarik bagi audiens dan editan video yang *compatible* (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5 mengatakan bahwa terdapat beberapa tantangan dalam berdakwah yang perlu diperhatikan. Pertama, kemiskinan dalam masyarakat menjadi tantangan karena tidak semua orang memiliki akses ke media sosial, yang merupakan salah satu alat utama untuk menyebarkan pesan dakwah. Kedua, tidak semua orang akan menyukai atau merespons positif terhadap video dakwah yang disampaikan, karena setiap individu memiliki preferensi yang berbeda. Terakhir, dalam menyampaikan pesan dakwah, penting untuk mencari kata-kata yang tepat dan dalam beberapa kasus, berbaur dengan isu politik yang ada.

Yang pertama kemiskinan dalam masyarakat merupakan tantangan dalam berdakwah karena tidak semua orang memiliki media sosial, yang kedua tidak semua orang menyukai video dakwah yang kita sampaikan itu merupakan hal yang biasa terjadi, yang ketiga kita harus benar-benar mencari kata-kata yang sesuai dengan dakwah dan juga dicampur dengan berbaur politik di dalamnya (Hasil wawancara informan 5).

Dari hasil wawancara kelima informan, dapat disimpulkan bahwa ada beberapa tantangan yang dihadapi dalam membuat video dakwah.

Informan 1 menyoroti pentingnya menyunting kalimat dengan baik, membuat konten yang kreatif, dan merespons komentar dari penonton dengan bijak. Informan 2 menekankan bahwa keterbatasan akses Internet, kuota, dan *gadget* yang lemot bisa menjadi hambatan dalam dakwah digital. Informan 3 mengatakan bahwa sulit untuk mengkondisikan dakwah yang diinginkan oleh penonton. Informan 4 menyoroti pentingnya membuat konten yang menarik dan editan video yang kompatibel dengan audiens. Sementara Informan 5 mengatakan bahwa kemiskinan, preferensi penonton yang berbeda, dan penggunaan kata yang sesuai dengan dakwah serta berbaur dengan politik juga menjadi tantangan dalam berdakwah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tantangan dalam berdakwah meliputi aspek bahasa, teknologi, preferensi penonton, kreativitas, dan konteks sosial.

Tantangan dalam berdakwah sangat kompleks dan meliputi berbagai aspek seperti bahasa, teknologi, preferensi penonton, kreativitas, dan konteks sosial. Oleh karena itu, sebagai pengembang video dakwah, perlu memperhatikan setiap tantangan ini dan mencari solusi yang sesuai untuk mengatasi tantangan tersebut. Menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang monoton dan kurang menarik dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan tidak optimal. Sebagai seorang da'i, tantangan ini harus dijawab agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat umum. Metode ceramah yang umumnya digunakan perlu menemukan formula yang lebih segar dan sesuai dengan tuntutan zaman serta perkembangan teknologi yang menjadi kebutuhan masyarakat saat ini (Mutrofin, 2018).

Kontroversi Konten Dakwah pada Remaja di YouTube

Informan 1 mengatakan bahwa mungkin terjadi kontroversi ketika dalam penyampaian dakwah terdapat bahasa yang kurang tepat sehingga dapat menyinggung pihak lain.

Kontroversi mungkin ada, itu tadi dikarenakan adanya penggunaan bahasa yang kurang tepat sehingga mungkin menyinggung pihak lain, dan perbedaan pandangan karena tentunya setiap orang

memiliki pandangan yang berbeda-beda (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2, mengatakan bahwa:

Tentu saja ada, misalnya da'i salah atau sengaja menyampaikan materi tersebut, untuk itu remaja harus lebih cerdas dan bijak dalam menggunakan YouTube dan mencari konten dakwah yang pas dan sesuai dalam menyampaikan dakwah sehingga dampak positifnya yang banyak didapatkan dari pada dampak negatif (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3 mengatakan bahwa konten dakwah yang disampaikan melalui YouTube tidak menimbulkan kontroversi atau perselisihan pendapat yang signifikan di kalangan remaja.

Tidak ada (Hasil wawancara informan 3).

Informan 4 mengatakan bahwa terdapat potensi dampak negatif dari kesalahpahaman terhadap materi dakwah yang dipotong atau hanya disajikan dalam bagian tertentu dari video. Ketika materi dakwah dipotong atau disajikan secara tidak lengkap, hal ini dapat menyebabkan kesalahpahaman dan memicu konflik. Kemungkinan terjadi konflik tersebut karena pesan dakwah yang disampaikan dapat terdistorsi atau tidak dipahami dengan benar oleh audiens. Oleh karena itu, pentingnya menyajikan materi dakwah secara utuh dan lengkap untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman yang berpotensi menimbulkan konflik.

Dampak negatif dari kesalahpahaman materi dakwah yang dipotong atau hanya sebagian video di bagian tertentu saja tentu juga berpotensi memunculkan konflik (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5, mengatakan bahwa terdapat kontroversi terkait dengan konten dakwah di platform YouTube, khususnya terkait dengan keakuratan dan validitas materi yang disampaikan. konten dakwah yang tidak akurat dan tidak valid, yang artinya konten tersebut mungkin tidak sesuai dengan ajaran agama atau tidak didasarkan pada pemahaman yang benar. Hal ini bisa memicu

kontroversi di antara para penonton yang memiliki pemahaman yang berbeda atau yang mengetahui kekurangan dalam konten tersebut.

Tentu ada, seperti konten yang tidak akurat dan tidak valid (Hasil wawancara informan 5).

Dari hasil wawancara kelima informan, menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pandangan tentang adanya kontroversi dalam konten dakwah di YouTube. Informan 1 dan 4 berpendapat bahwa ada kemungkinan terjadi kontroversi jika terjadi kesalahpahaman atau penggunaan bahasa yang kurang tepat. Informan 2 menyatakan bahwa kontroversi juga dapat terjadi jika dai menyampaikan materi yang kontroversial dengan sengaja atau tidak sengaja. Disisi lain, informan 3 berpendapat bahwa tidak ada kontroversi dalam konten dakwah di YouTube. Sementara itu, informan 5 menyatakan bahwa konten yang tidak akurat dan tidak valid dapat menjadi dampak negatif dari konten dakwah di YouTube.

Dalam konteks konten dakwah di YouTube, terdapat perbedaan pandangan yang kompleks mengenai kontroversi. Hal ini mencerminkan keragaman perspektif yang ada dalam masyarakat terkait isu-isu kontroversial dalam dakwah dan dampak konten dakwah terhadap audiens di *platform* YouTube. Oleh karena itu, penting untuk menggunakan bahasa yang tepat, memilih materi dakwah yang tidak kontroversial, dan menjaga keakuratan serta validitas konten. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menghindari terjadinya kontroversi yang tidak diinginkan serta mencegah munculnya dampak negatif yang mungkin timbul. Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa ustaz Hanan Attaki menyampaikan pesan dakwah yang berisi motivasi, saran, dan peringatan melalui video yang menggunakan pilihan kata yang sesuai dengan pendengar sehingga pesan tersebut dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh mereka (Salam et al., 2020).

Rekomendasi untuk Pembuat Konten Video Dakwah

Informan 1 mengatakan bahwa kreativitas dalam

pembuatan konten dakwah harus tetap berada dalam batas-batas yang ditetapkan oleh ajaran agama Islam dan penggunaan bahasa yang baik dan sopan harus dijaga agar pesan dakwah dapat disampaikan dengan efektif dan positif.

Lebih kreatif lagi dalam pembuatan konten nya tapi tetap tidak menyimpang dari kaidah-kaidah keislaman, dan menggunakan bahasa yang baik (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2 mengatakan bahwa membuat konten dakwah yang fokus pada dua topik utama, yaitu perintah sholat dan pentingnya shalat dalam kehidupan kita, serta bahayanya pergaulan bebas. Menjadikan sholat sebagai fokus utama dalam konten dakwah, dengan tujuan untuk mengedukasi dan mengingatkan audiens mengenai pentingnya menjalankan ibadah sholat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, mengangkat isu pergaulan bebas, dengan niat untuk memberikan pemahaman tentang bahayanya dan konsekuensi negatif yang mungkin timbul akibat pergaulan bebas.

Mungkin saya akan membuat konten dakwah yang banyak membicarakan tentang perintah sholat dan pentingnya sholat di dalam kehidupan kita dan tentang bahayanya pergaulan bebas (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3 mengatakan bahwa untuk menarik perhatian dan mengkomunikasikan pesan dakwah kepada kalangan remaja, kita perlu bisa berbaur dan memahami dunia remaja. Penting bagi pelaku dakwah untuk tidak menjauh atau terpisah dari remaja, tetapi sebaliknya, harus dapat masuk ke dalam lingkungan remaja dan berinteraksi dengan mereka.

Untuk menarik kalangan remaja kita harus dapat berbaur dengan para remaja bukan malah menjauh (Hasil wawancara informan 3).

Informan 4 mengatakan bahwa pembuat dakwah disarankan untuk memiliki gaya pembawaan yang ceria atau menyenangkan, serta memilih tema yang menarik bagi remaja. Dengan memiliki pembawaan yang ceria, dapat menciptakan

suasana yang positif, ramah, dan menyenangkan saat menyampaikan pesan dakwah. Ini dapat membantu menarik perhatian dan minat remaja serta membuat mereka merasa nyaman dan terbuka untuk menerima pesan-pesan yang disampaikan.

Pembawaan dakwah yang ceria dan tema yang menarik bagi remaja (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5 mengatakan bahwa anak muda saat ini cenderung sulit untuk mempertahankan perhatian terhadap video dakwah yang panjang atau durasinya lama. Oleh karena itu, pembuat konten dakwah disarankan untuk membuat video yang lebih singkat dan padat, dengan fokus pada kisah atau narasi yang menarik, namun tidak terlalu memanjangkannya. Selain itu, penting juga untuk menyampaikan inti pesan dakwah secara jelas dan kuat dalam video. Dengan mengkomunikasikan pesan dakwah secara langsung dan jelas, serta menyertakan motivasi yang memotivasi dan menginspirasi, diharapkan video dakwah tersebut tidak akan membosankan bagi anak muda.

Kita ketahui anak muda zaman sekarang sangat susah mengingat kan agama apalagi melihat video dakwah yang panjang dan durasinya lama jadi, buatlah video yang tidak terlalu panjang seperti kisah kan tentang apa sedikit lalu isi, inti, dan motivasi di dalam video dakwah tersebut agar tidak membosankan para anak muda melihatnya (Hasil wawancara informan 5).

Dari hasil wawancara kelima informan terdapat perbedaan pandangan mengenai cara yang efektif untuk membuat konten dakwah yang menarik bagi kalangan remaja di Youtube. Informan 1 menyarankan untuk tetap mematuhi kaidah keislaman dan menggunakan bahasa yang baik. Informan 2 berfokus pada topik tentang pentingnya sholat dan bahayanya pergaulan bebas. Informan 3 menekankan pentingnya berbaur dengan kalangan remaja dan tidak menjauh dari mereka. Informan 4 menyarankan agar pembawaan dakwah lebih ceria dan tema yang menarik bagi remaja. Terakhir, informan 5 menyarankan untuk membuat video dakwah yang tidak terlalu panjang, mengandung sedikit kisah dengan inti dan motivasi yang dapat

menghindari kebosanan pada para penonton muda.

Untuk membuat konten dakwah yang menarik bagi remaja di Youtube, ada beberapa strategi yang dapat diterapkan. Pertama, menekankan pentingnya mematuhi kaidah keislaman dan menggunakan bahasa yang baik. Kedua, fokus pada topik-topik yang relevan dengan remaja. Ketiga, menggunakan gaya dakwah yang ceria dan menarik untuk menarik perhatian penonton muda. Keempat, memilih tema yang menarik untuk menambah minat para penonton. Terakhir, menjaga durasi video dakwah tidak terlalu panjang dan memasukkan kisah yang mengandung inti dan motivasi untuk menjaga agar penonton tidak bosan. Seperti yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya, melibatkan dakwah *bil lisan* (melalui ucapan lisan), dakwah *bil qalam* (melalui tulisan), dan dakwah *bil hal* (melalui tindakan nyata). Akun @syam_elmarusy menggunakan strategi ini dengan menyajikan konten yang menggunakan bahasa gaul dan mudah dipahami oleh khalayak, memilih tema yang menarik, serta menghadirkan humor dan gaya berpakaian yang modern sesuai dengan generasi muda saat ini. Hal ini berhasil menarik penonton untuk terus menyaksikan konten yang disajikan oleh akun @syam_elmarusy (Islamuvida, 2022).

Peluang Pengembangan Konten video Dakwah di Era Digital dan Tantangan yang Dihadapi

Informan 1 mengatakan bahwa peluang pengembangan dalam bidang dakwah atau penyampaian pesan keagamaan sangat besar. Setiap hari, muncul berbagai masalah atau persoalan baru yang berkaitan dengan keagamaan, dan hal-hal tersebut dapat menjadi materi untuk konten dakwah. Salah satu tantangan utama adalah jika mereka kurang memahami suatu hal yang akan disampaikan, hal itu dapat menyebabkan orang berpikir bahwa konten yang disampaikan tersebut hanya asal-asalan atau hoaks. Oleh karena itu, penting bagi seorang *da'i* untuk memiliki pemahaman yang baik tentang isu-isu keagamaan agar dapat menyampikannya dengan tepat dan meyakinkan.

Peluang pengembangan tentu sangat besar sekali di mana setiap hari selalu muncul problem-problem baru terkait

keagamaan nah itu bisa menjadi bahan untuk konten dakwah, tantangan yang dihadapi oleh *da'i* jika kurang memahami suatu hal yang akan disampaikan akan menyebabkan orang berpikir itu adalah konten asal-asalan atau hoaks, harus siap mental untuk menerima kritik dan komentar negatif dari orang-orang dan harus kreatif serta inovatif jangan sampai perkataan dan tulisannya atau sikapnya menimbulkan kebencian dan perpecahan (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2 mengatakan bahwa dakwah dapat dilakukan oleh siapa saja dengan mudah. Menyampaikan pesan-pesan keagamaan dapat dilakukan dengan mengatur tempat dan waktu yang sesuai. Selain itu, informan juga menekankan pentingnya memanfaatkan inspirasi dari para *dai* yang telah mengembangkan dakwah melalui *platform* seperti Youtube. Dalam mengembangkan konten dakwah, penting untuk menggunakan bahasa dan cara yang mudah dipahami oleh remaja agar tidak membosankan.

Semua orang mudah untuk melakukan dakwah, mengatur tempat dan juga waktu, apalagi kita bisa banyak mencari inspirasi dari dakwah *dai* yang sudah dahulu di Youtube dan mengembangkan dengan bahasa dan cara kita yang mudah remaja pahami dan tidak membosankan (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3 mengatakan bahwa dalam era digital yang sangat kompetitif ini, peluang dakwah atau penyampaian pesan keagamaan harus mampu bersaing dengan berbagai konten lainnya yang ada di dunia digital. Konten dakwah harus mampu berbaur dan relevan dengan manusia pada zaman sekarang. Dalam konteks ini, manusia pada zaman sekarang memiliki preferensi dan kebiasaan dalam mengkonsumsi konten digital. Mereka terbiasa dengan berbagai jenis konten yang menarik, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan dan minat mereka.

Peluang dakwah di era digital sangat bersaing dengan konten-konten yang lain, tantangan yang dihadapi adalah konten kita harus dapat berbaur dengan manusia pada zaman sekarang (Hasil wawancara

informan 3).

Informan 4 mengatakan bahwa peluang pengembangan dakwah masih baik dalam era digital. Namun, tantangan yang dihadapi adalah adanya banyak konten di media sosial yang tidak baik bagi remaja, seperti tren goyang TikTok yang mungkin tidak selaras dengan nilai-nilai agama.

Berpeluang baik, tantangannya yaitu terdapat banyak konten di media sosial yang tidak baik bagi remaja seperti goyang TikTok (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5 mengatakan bahwa video dakwah yang kreatif dan berkualitas memiliki potensi untuk menarik perhatian lebih banyak orang dan menciptakan dampak yang lebih besar. Namun, tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan anggaran yang tersedia untuk produksi video dakwah.

Video dakwah yang kreatif dan berkualitas dapat menarik perhatian lebih banyak orang dan menciptakan dampak yang lebih besar. dengan tantangan keterbatasan anggaran dikarenakan anggaran yang dikeluarkan cukup besar (Hasil wawancara informan 5).

Berdasarkan wawancara dengan kelima informan, terdapat perbedaan pandangan mengenai peluang dan tantangan dakwah di era digital. Informan 1 menekankan bahwa ada banyak peluang pengembangan dakwah dengan adanya masalah-masalah baru, namun tantangan yang harus dihadapi adalah memahami topik yang akan disampaikan dengan baik dan menjaga konten dakwah agar tidak menimbulkan kebencian. Informan 2 menyatakan bahwa semua orang dapat melakukan dakwah dengan mudah, tetapi tantangan utama adalah mempromosikan konten dakwah agar dijangkau oleh banyak orang. Informan 3 menekankan bahwa peluang dakwah sangat bersaing dengan konten lain di media sosial, sehingga tantangan utama adalah bagaimana konten dakwah dapat baur dengan manusia di zaman sekarang. Informan 4 menyatakan bahwa ada peluang dakwah yang baik, tetapi tantangan yang dihadapi adalah banyaknya konten negatif di media sosial yang dapat mempengaruhi

remaja. Sementara informan 5 menyatakan bahwa video dakwah yang kreatif dan berkualitas dapat menarik perhatian banyak orang, namun tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan anggaran untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi.

Dakwah di era digital memiliki banyak peluang untuk tumbuh dan berkembang, namun demikian, ada tantangan yang harus diatasi. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku dakwah untuk memahami tantangan yang dihadapi dan berupaya untuk mengatasi tantangan tersebut sehingga dakwah dapat memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Youtube sebagai sebuah objek yang semakin populer sebagai media kreatif yang digunakan oleh banyak orang untuk menyampaikan ide melalui kreativitas. Dengan menggunakan strategi yang tepat, penggunaan Youtube dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat (Sulaeman et al., 2020).

Strategi Distribusi Video Dakwah yang Tepat untuk Meningkatkan Kesadaran Keagamaan pada Remaja di Era Digital

Informan 1 mengatakan bahwa strategi distribusi video dakwah dengan berkolaborasi bersama *influencer* atau tokoh yang dikenal dan dihormati oleh remaja dapat membantu meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja itu sendiri. Influencer atau tokoh yang dihormati oleh remaja memiliki pengaruh yang kuat terhadap pendapat dan tindakan mereka. Dengan berkolaborasi dengan mereka, pesan keagamaan yang disampaikan oleh para da'i dapat memiliki kepercayaan dan kredibilitas yang lebih tinggi di mata remaja. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran dan penerimaan mereka terhadap pesan-pesan tersebut.

Berkolaborasi dengan *influencer* atau tokoh yang dikenal dan dihormati oleh remaja dapat membantu meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja itu sendiri (Hasil wawancara informan 1).

Informan 2 mengatakan bahwa strategi distribusi video dakwah harus dimulai dengan perencanaan yang matang dan mempertimbangkan beberapa aspek penting. Video dakwah yang

disajikan kepada remaja harus memiliki gaya yang ringan dan mudah dipahami. Bahasa yang sederhana dan penyampaian yang tidak rumit akan membantu remaja untuk lebih mudah memahami pesan-pesan keagamaan yang disampaikan.

Mengawali dengan perencanaan yang matang dan juga memberikan dakwah yang ringan yang mudah dipahami oleh remaja, menarik serta tidak membosankan, dan yang paling penting adalah mengaitkan dengan kehidupan sehari-hari (Hasil wawancara informan 2).

Informan 3 mengatakan bahwa dalam memproduksi konten dakwah, penting untuk memastikan bahwa konten tersebut tidak diskriminatif atau mem marginalkan sekelompok remaja tertentu. Konten harus mencerminkan nilai-nilai kesetaraan, toleransi, dan inklusivitas. Pesan dakwah harus disampaikan dengan sikap terbuka, menghormati perbedaan, dan menginspirasi remaja untuk berbuat baik tanpa membedakan latar belakang, suku, agama, atau jenis kelamin.

Kita harus tahu bagaimana cara menarik para remaja untuk melihat konten kita, jangan sampai konten kita itu mendiskriminasi para remaja secara keras (Hasil wawancara informan 3).

Informan 4 mengatakan bahwa salah satu strategi distribusi video dakwah yang efektif adalah melalui media sosial. Media sosial memiliki cakupan yang luas dan dapat mencapai audiens yang besar, termasuk remaja.

Melalui media sosial (Hasil wawancara informan 4).

Informan 5 mengatakan bahwa dalam strategi distribusi video dakwah, penting untuk menyajikan konten yang menarik, interaktif, dan unik untuk menarik minat remaja di era digital saat ini.

Konten yang menarik sangat diperlukan di era digital saat ini dikarenakan remaja sangat tertarik dengan konten-konten yang menarik, interaktif dan unik (Hasil wawancara informan 5).

Dari kelima informan yang diwawancara, terdapat perbedaan pendapat dalam hal cara meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja. Informan 1 menyarankan untuk berkolaborasi dengan *influencer* atau tokoh yang dikenal dan dihormati oleh remaja sebagai cara untuk meningkatkan kesadaran keagamaan. Sementara itu, informan 2 mengusulkan untuk memulai dengan perencanaan yang matang dan memberikan dakwah yang ringan yang mudah dipahami oleh remaja. Hal ini juga harus dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari agar menarik dan tidak membosankan bagi remaja. Informan 3 menekankan pentingnya cara menarik perhatian remaja agar konten tidak mendiskriminasi mereka secara keras. Informan 4 merekomendasikan media sosial sebagai platform untuk menyebarkan pesan keagamaan kepada remaja. Sementara itu, informan 5 menyoroti pentingnya konten yang menarik, interaktif, dan unik untuk menarik perhatian remaja di era digital saat ini.

Dakwah di era digital menawarkan peluang yang beragam untuk pengembangan dakwah, namun juga memiliki tantangan yang tidak sedikit. Agar dakwah dapat memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat, para pelaku dakwah perlu memahami tantangan yang ada dan berupaya mencari solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan memahami topik yang akan disampaikan dengan baik dan menjaga konten dakwah agar tidak menimbulkan kebencian, mempromosikan konten dakwah agar dapat dijangkau oleh banyak orang, serta menciptakan konten dakwah yang dapat bersaing dengan konten lainnya di media sosial dan baur dengan manusia di zaman sekarang. Selain itu, para pelaku dakwah perlu memperhatikan konten negatif yang dapat mempengaruhi remaja serta keterbatasan anggaran untuk menghasilkan konten yang berkualitas tinggi. Dengan demikian, para pelaku dakwah dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang ada sehingga dakwah dapat memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Video dakwah di Youtube memiliki peran penting

dalam meningkatkan kesadaran keagamaan pada remaja di era digital. Potensi besar media digital, terutama Youtube, telah terbukti mampu mencapai generasi muda secara efektif. Namun, untuk mengoptimalkan peran video dakwah ini, pelaku dakwah perlu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam berdakwah melalui platform ini. Konten dakwah yang relevan, berkualitas, dan disampaikan dengan cara yang tepat terbukti efektif dalam memperkuat kesadaran keagamaan remaja. Tantangan yang dihadapi dalam berdakwah melalui Youtube, seperti bahasa, teknologi, preferensi penonton, dan konteks sosial yang beragam, dapat diatasi dengan mengembangkan strategi yang kreatif dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Memahami minat dan kebutuhan remaja juga menjadi kunci untuk membuat dakwah menjadi menarik bagi mereka. Pentingnya menghindari kontroversi dalam konten dakwah, menggunakan bahasa yang tepat, dan menjaga keakuratan pesan merupakan aspek penting dalam menciptakan konten dakwah yang efektif. Strategi seperti fokus pada topik yang relevan bagi remaja dan menggunakan gaya dakwah yang ceria dan menarik juga dapat membantu menciptakan konten yang lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini telah memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang peran video dakwah di Youtube dalam meningkatkan kesadaran keagamaan remaja di era digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan rekomendasi dan strategi yang lebih baik dalam menggunakan video dakwah sebagai sarana edukasi keagamaan pada generasi muda di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI BAGI KOMUNITAS MAKASSAR VIDGRAM. *Komunikasi KAREBA*, 5(2), 259–272.
- Grabb, G. (1823). Universal Technological Dictionary. Baldwin, Cradock and Joy.
- Hadi, S. (2008). Panduan Berinternet Untuk Pemula. Tiara Aksa.
- Hamdan, & Mahmuddin. (2021). Youtube sebagai Media Dakwah. *Palita: Journal of Social Religion Research*, 6(1), 63–80. <https://doi.org/http://10.24256/pal.v6i1.2003>.
- Hamid, A., & Falihin, A. (2020). STUDI TENTANG PENERAPAN DAKWAH MELALUI KONTEN VIDEO CERAMAH DALAM MEDIA YOUTUBE PADA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM IAI DDI POLEWALI MANDAR. *ALHAQIQA Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 28–37.
- Islamuvida, Z. (2022). Strategi Dakwah Ustadz Syamsuddin Nur Makka Pada Akun @ Syam_Elmarusy. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/21217/1/skripsi vida perpus.pdf>.
- Julius. (2005). Mind and Hand: The Birth of MIT. MIT Press.
- Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial. *Dakwah*, 21(1), 41–58. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/13875/10719>.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 148–158. <https://doi.org/DOI: 10.35905/komunida.v7i2>.
- Maryono. (2008). Teknologi Informasi dan Komunikasi 1 SMP Kelas VII. Quadra.
- Mutrofin. (2018). Dakwah Melalui Youtube: Tantangan Da'i di Era Digital. *Komunikasi Islam*, 08(02), 342–357. <https://scholar.archive.org/work/ydfmisrsyvesrj27miiw2inapu/access/wayback/http://jki.uinsby.ac.id/index.php/jki/article/download/160/154>.
- Nursanjaya. (2021). MEMAHAMI PROSEDUR PENELITIAN KUALITATIF: Panduan Praktis untuk Memudahkan Mahasiswa. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 126–141. <https://ojs.unimal.ac.id/na/article/view/4925/pdf>.
- Parhan, M., Rahmawati, Y., Rahmawati, I. R., Rastiadi, H. A., & Maysaroh. (2022). Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 65–75. <https://doi.org/DOI :10.15575/anida.v22i1.16633>.

Rahmawati, N., Ichsan, Y., Pahlefi, M. S., Nawangsih, N., & Utami, L. A. (2021). OPTIMALISASI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH BAGI GENERASI MILENIAL. *Jurnal PAI Raden Fatah*, 3(4), 382–392. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/pairf.v3i4.9337>.

Rizal, S., Syarifuddin, A., & Syarnubi. (2019). PENGARUH AKUN DAKWAH YOUTUBE TERHADAP PERILAKU RELIGIOSITAS SISWA DI MAN 2 PALEMBANG. *Jurnal PAI Raden Fatah*, 1(3), 351–370. <https://doi.org/https://doi.org/10.19109/pairf.v1i3.3456>.

Salam, A., Amin, M., & Tajibu, K. (2020). DAKWAH MELALUI YOUTUBE (ANALISIS PESAN DAKWAH USTADZ HANAN ATTAKI). *Washiyah*, 1(3), 653–665. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/washiyah/article/view/16233>.

Sulaeman, A. R., Fazr, A., & Fairus. (2020). Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh. *Communication*, 11(1), 81–93. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/comm.v11i1.1009.g777>

Tresan, H. W. (2018). PENGARUH VIDEO DAKWAH DI AKUN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM) TERHADAP SIKAP KEAGAMAAN PESERTA DIDIK DI SMA NEGERI 1 TUMIJAJAR TAHUN AJARAN 2018/2019. <http://repository.radenintan.ac.id/6741/1/SKRIPSI.pdf>.

Yusuf, P. M., Komariah, N., & Prahatmaja, N. (2019). PEMANFAATAN INTERNET UNTUK PENGHIDUPAN DI KALANGAN PEMUDA PEDESAAN. BACA: *Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 217–227. <https://doi.org/https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.491>.