

Analisis Efektivitas Dakwah Channel YouTube Khalid Basalamah Official: Peran Interaksi dan Keterlibatan Audiens

Anggun Dwi Nanda Nasution¹, Ridho Suwarno², Hamdi Maulana Hasibuan³, Idris Aritonang⁴, Ahmad Tamrin Sikumbang⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ridho3005243025@uinsu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas dakwah melalui channel YouTube Khalid Basalamah Official dengan fokus pada peran interaksi dan keterlibatan audiens di kalangan mahasiswa UIN Sumatera Utara. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam dan observasi partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital ini efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan, dengan audiens tidak hanya berperan sebagai pendengar tetapi juga aktif terlibat dalam diskusi melalui kolom komentar dan fitur live chat. Keterlibatan ini meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap isu-isu keagamaan dan menciptakan suasana diskusi yang interaktif. Namun, penelitian juga menemukan tantangan dalam moderasi komentar dan pemahaman materi yang kompleks. Secara keseluruhan, dakwah di platform YouTube memiliki potensi besar untuk menjangkau dan mendidik audiens, serta memperkuat keterlibatan mereka dalam proses pembelajaran agama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah digital yang lebih efektif di era media sosial.

Kata Kunci : Khalid Basalamah, Interaksi, Keterlibatan Audiens.

Abstract

This research aims to analyze the effectiveness of da'wah through the Khalid Basalamah Official YouTube channel with a focus on the role of audience interaction and involvement among UIN North Sumatra students. The research method used is qualitative with an in-depth interview approach and participant observation. The research results show that digital da'wah is effective in conveying religious messages, with the audience not only acting as listeners but also actively involved in discussions through the comments column and live chat feature. This involvement increases students' understanding of religious issues and creates an interactive discussion atmosphere. However, the research also found challenges in comment moderation and understanding complex material. Overall, da'wah on the YouTube platform has great potential to reach and educate audiences, as well as strengthen their involvement in the religious learning process. It is hoped that this research can contribute to the development of more effective digital da'wah strategies in the social media era.

Keywords: Khalid Basalamah, Interaction, Audience Engagement.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi telah mengubah cara orang mengonsumsi informasi dan mempraktikkan ajaran agama. Sebelum era digital, dakwah secara tradisional dilakukan melalui khutbah di masjid, ceramah di majelis taklim, dan media cetak. Namun, dengan berkembangnya internet, media sosial, dan platform video seperti YouTube, dakwah menjadi lebih interaktif dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Menurut Ahmad

(2020), dakwah melalui media digital memungkinkan penyebaran informasi yang lebih efektif karena sifatnya yang global dan tidak terikat ruang serta waktu.

YouTube adalah salah satu platform berbagi video yang paling populer di dunia, dengan miliaran pengguna aktif setiap bulannya. Platform ini menawarkan berbagai konten, termasuk konten dakwah, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Dalam konteks dakwah, YouTube memberikan peluang bagi para dai untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif kepada khalayak luas. Khalid Basalamah Official, salah satu channel dakwah populer di Indonesia, memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan pesan Islam secara konsisten. Menurut data dari Statista (2023), YouTube merupakan platform dengan pertumbuhan pengguna yang stabil dan sangat diminati oleh generasi muda.

Efektivitas dakwah di YouTube tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh interaksi dan keterlibatan audiens. Dalam konteks dakwah digital, interaksi meliputi jumlah komentar, likes, dan shares, serta diskusi yang muncul di kolom komentar. Keterlibatan ini menunjukkan seberapa besar audiens terpengaruh oleh pesan yang disampaikan dan berkontribusi terhadap penyebaran dakwah. Menurut penelitian Rahman (2021), keterlibatan audiens menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah karena interaksi yang tinggi menciptakan rasa memiliki di antara penonton terhadap pesan yang disampaikan.

Khalid Basalamah Official, sebagai channel YouTube dengan lebih dari 1 juta subscribers, berhasil memanfaatkan kekuatan interaksi ini. Ceramah yang disampaikan kerap kali menimbulkan diskusi di kolom komentar, yang mengindikasikan bahwa penonton tidak hanya pasif, tetapi terlibat secara aktif. Penelitian sebelumnya oleh Amalia (2022) mengungkapkan bahwa keterlibatan aktif audiens melalui fitur interaktif YouTube, seperti komentar, dapat meningkatkan dampak emosional dan psikologis dari konten dakwah.

Mahasiswa UIN Sumatera Utara sebagai bagian dari generasi muda yang melek teknologi memiliki potensi besar untuk terpapar dakwah digital ini. Mereka cenderung aktif dalam menggunakan media sosial dan sering kali mencari sumber-sumber informasi keagamaan melalui platform online. Menurut data yang diungkapkan oleh Pew Research Center (2021), generasi muda Muslim di Indonesia semakin sering mengakses konten-konten keagamaan melalui media digital, terutama YouTube, karena dinilai lebih praktis dan fleksibel dibandingkan mengikuti kajian secara tatap muka.

Namun, meskipun dakwah melalui YouTube memiliki jangkauan yang luas, tantangan efektivitasnya tetap ada. Salah satunya adalah bagaimana pesan dakwah yang disampaikan melalui media tersebut mampu mengubah perilaku dan pemahaman audiens. Sebagaimana diungkapkan oleh Herring (2010), interaksi yang kuat antara pengirim dan penerima pesan di dunia digital dapat memengaruhi efektivitas komunikasi, khususnya dalam konteks pendidikan dan penyampaian nilai-nilai moral.

Dalam penelitian ini didapati urgensi yang tinggi dalam konteks perkembangan dakwah di era digital. Media sosial, khususnya YouTube, telah menjadi platform utama dalam menyebarkan konten keagamaan kepada khalayak luas, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa sebagai kelompok yang melek teknologi dan sering menggunakan media sosial, menjadi target penting dalam penyebaran dakwah melalui media ini. Oleh karena itu, memahami bagaimana keterlibatan audiens, terutama

mahasiswa, dalam dakwah digital menjadi sangat penting untuk menilai efektivitas dakwah tersebut.

Penelitian ini penting karena meskipun banyak channel dakwah di YouTube, belum banyak penelitian yang secara spesifik menganalisis peran interaksi dan keterlibatan audiens dalam menentukan efektivitas dakwah digital. Khalid Basalamah Official adalah contoh yang tepat karena memiliki audiens yang besar dan tingkat keterlibatan yang tinggi. Dengan menganalisis interaksi dan keterlibatan audiens di channel ini, penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana dakwah digital dapat dioptimalkan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan lebih efektif.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan pada penelitian ini yakni Muzakki, A. (2019). "Peran Media Digital dalam Penyebaran Dakwah: Studi pada Channel YouTube Salim A. Fillah". Penelitian ini meneliti peran YouTube dalam menyebarkan dakwah, dengan fokus pada kanal Salim A. Fillah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa YouTube efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Muzakki juga menyoroti pentingnya interaksi yang terjadi di kolom komentar dan fitur live chat dalam membentuk komunitas virtual yang lebih solid. Penelitian ini sangat relevan karena membahas secara langsung media yang sama, yaitu YouTube, dan mengkaji peran interaksi audiens terhadap efektivitas dakwah yang disampaikan.

Pada penelitian Amalia, N. (2021). "Keterlibatan Audiens dan Efektivitas Komunikasi Dakwah di Era Digital: Studi pada Ustadz Hanan Attaki". Peneliti menuliskan bagaimana keterlibatan audiens, baik secara online maupun offline, memengaruhi efektivitas dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Hanan Attaki. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan audiens (seperti memberi komentar, berbagi konten, dan mengikuti ceramah secara rutin), semakin besar kemungkinan pesan dakwah dapat diinternalisasi oleh audiens. Ini berhubungan erat dengan penelitian tentang Ustadz Khalid Basalamah di YouTube, karena sama-sama berfokus pada aspek interaksi dan keterlibatan sebagai faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital.

Kebanyakan penelitian terdahulu tentang dakwah digital fokus pada analisis konten dakwah atau cara penyampaian pesan oleh dai. Sementara itu, penelitian ini secara khusus mengeksplorasi peran interaksi dan keterlibatan audiens dalam proses dakwah. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru tentang bagaimana audiens berperan aktif dalam proses dakwah melalui komentar, diskusi, dan fitur interaktif lainnya di YouTube.

Pada penelitian ini akan mengkaji bagaimana interaksi dan keterlibatan audiens pada channel YouTube Khalid Basalamah Official mempengaruhi efektivitas dakwah di kalangan mahasiswa UIN Sumatera Utara. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan mahasiswa mengenai bagaimana mereka memanfaatkan media digital untuk mendapatkan pemahaman keagamaan, serta bagaimana tingkat interaksi mereka dengan konten dakwah dapat memengaruhi pemahaman dan sikap mereka terhadap ajaran Islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami pengalaman dan persepsi audiens, khususnya mahasiswa UIN Sumatera Utara, dalam berinteraksi dengan dakwah yang disampaikan di channel YouTube Khalid Basalamah Official. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti

mengeksplorasi lebih dalam aspek subjektif dari keterlibatan audiens, seperti persepsi mereka terhadap konten dakwah, interaksi dengan pembicara, serta dampaknya terhadap pemahaman keagamaan mereka. Pendekatan ini cocok untuk mengeksplorasi data yang tidak terukur secara kuantitatif, tetapi lebih mengutamakan makna dan pengalaman partisipan.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa metode untuk memastikan keakuratan dan kekayaan informasi. Pertama, wawancara mendalam (in-depth interview) akan dilakukan terhadap mahasiswa yang aktif mengakses dan berinteraksi dengan channel YouTube Khalid Basalamah Official sebanyak 5 mahasiswa dari fakultas yang berbeda. Wawancara ini menggunakan panduan semi-terstruktur untuk memberi fleksibilitas pada responden dalam mengungkapkan pengalaman mereka. Kedua, observasi partisipan dilakukan dengan memantau langsung aktivitas audiens di channel, seperti komentar, likes, dan partisipasi dalam live streaming. Observasi ini bertujuan untuk melihat pola interaksi audiens dengan konten dakwah secara langsung. Ketiga, dokumentasi berupa pengumpulan data dari rekaman ceramah, statistik audiens (jumlah viewers, likes, shares), dan komentar yang relevan juga akan digunakan sebagai sumber data tambahan.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari mahasiswa UIN Sumatera Utara yang aktif mengakses dan berinteraksi dengan channel YouTube Khalid Basalamah Official. Pengumpulan data primer dilakukan melalui wawancara mendalam dengan responden yang memenuhi kriteria, serta observasi partisipan yang memantau aktivitas interaksi audiens di channel tersebut, seperti komentar, likes, dan keterlibatan dalam sesi live streaming. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi berupa rekaman ceramah, statistik audiens (jumlah viewers, subscribers, likes, dan shares), serta komentar-komentar yang relevan di channel YouTube. Selain itu, data sekunder juga didukung oleh literatur dari jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya yang membahas tentang dakwah digital, efektivitas komunikasi, dan keterlibatan audiens di media sosial.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima mahasiswa UIN Sumatera Utara, sebagian besar responden menyatakan bahwa dakwah yang disampaikan melalui channel YouTube Khalid Basalamah Official sangat efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, antara lain kemudahan akses, relevansi konten, dan kemampuan Ustadz Khalid dalam menyampaikan materi dengan bahasa yang sederhana namun mendalam.

Seperti yang disampaikan oleh Rahma (Fakultas Ushuluddin), "*Dakwah Ustadz Khalid di YouTube sangat efektif. Videonya bisa diakses kapan saja, dan topiknya sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari. Penjelasannya juga sederhana tapi dalam.*" Pendapat ini didukung oleh responden lain, Siti (Fakultas Tarbiyah dan Keguruan), yang menambahkan bahwa fitur interaksi seperti kolom komentar dan live chat membuat pemahaman lebih mendalam karena memungkinkan audiens untuk bertanya langsung atau membaca pendapat orang lain yang menambah wawasan mereka.

Berdasarkan pengamatan peneliti melalui observasi partisipan, fitur-fitur interaksi yang ada di channel ini, seperti kolom komentar dan live chat selama sesi streaming langsung, ternyata berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi satu arah dari dai

kepada audiens, tetapi juga sebagai tempat diskusi antara sesama penonton. Hal ini memperkuat argumen bahwa interaksi ini menjadi elemen penting dalam dakwah digital.

Keterlibatan audiens dalam interaksi menjadi salah satu temuan penting dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara, mahasiswa UIN Sumatera Utara tidak hanya menonton konten dakwah, tetapi mereka juga aktif terlibat dalam diskusi melalui kolom komentar dan fitur live chat. Ahmad (Fakultas Dakwah dan Komunikasi) menuturkan, *"Saya sering ikut live streaming dan aktif di kolom komentar. Menurut saya, interaksi semacam ini membuat saya lebih terlibat dalam belajar agama. Diskusi di komentar sering menambah wawasan saya."* Interaksi semacam ini menciptakan suasana yang lebih interaktif dan dinamis, di mana audiens dapat saling berbagi pengalaman dan pemahaman terkait topik dakwah yang dibahas.

Temuan dari observasi partisipan juga menunjukkan bahwa di beberapa video, diskusi yang berlangsung di kolom komentar sangat aktif, dengan banyak penonton yang memberikan tanggapan atau bertanya lebih lanjut terkait materi dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya sebagai konsumen pasif, melainkan mereka turut terlibat secara aktif dalam memahami dan mendiskusikan konten dakwah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten dakwah di channel YouTube Khalid Basalamah Official memiliki dampak yang positif terhadap pemahaman keagamaan mahasiswa. Sebagian besar responden mengakui bahwa materi yang disampaikan memperkaya wawasan mereka tentang berbagai topik keagamaan. Zulfikar (Fakultas Syariah) menyatakan, *"Interaksi dengan video dan diskusi di kolom komentar membuat saya lebih paham tentang berbagai isu agama. Sebelumnya, ada beberapa hal yang saya tidak terlalu paham, tetapi setelah menonton ceramah dan berdiskusi di komentar, saya jadi lebih mengerti."*

Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa dakwah melalui platform digital seperti YouTube memberikan kesempatan bagi audiens untuk mengakses materi keagamaan kapan saja dan di mana saja, yang menjadikannya pilihan yang lebih fleksibel dibandingkan ceramah langsung di masjid. Fauzi (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) menegaskan, *"Dakwah di YouTube sangat bermanfaat, terutama buat mahasiswa yang sering sibuk. Saya bisa belajar agama di mana saja dan kapan saja, dan materi yang disampaikan sangat mudah dipahami."*

Temuan ini diperkuat oleh data sekunder yang diambil dari dokumentasi statistik YouTube Khalid Basalamah Official, di mana terdapat peningkatan jumlah viewers dan subscribers dari kalangan mahasiswa, yang menunjukkan adanya minat besar terhadap konten dakwah tersebut.

Meskipun dakwah di YouTube dianggap efektif, beberapa responden juga mengungkapkan tantangan yang mereka hadapi. Rahma menyoroti bahwa tidak semua materi dakwah di channel ini mudah dipahami oleh semua kalangan, terutama mahasiswa yang mungkin baru memulai belajar agama. *"Kadang ada beberapa istilah atau penjelasan yang agak sulit dipahami kalau belum punya dasar pengetahuan agama yang kuat,"* tuturnya.

Selain itu, interaksi yang ada di kolom komentar tidak selalu positif. Ahmad menyebutkan, *"Ada juga yang kadang membuat komentar tidak relevan atau bahkan menimbulkan perdebatan yang tidak sehat. Ini menurut saya bisa jadi tantangan, karena seharusnya kolom komentar digunakan untuk diskusi yang membangun."* Hal ini menunjukkan bahwa meskipun interaksi audiens membantu dalam proses

pembelajaran, masih ada tantangan dalam memoderasi diskusi yang berlangsung di platform terbuka seperti YouTube.

Keterlibatan audiens dalam dakwah digital menjadi faktor penting dalam efektivitas penyampaian pesan. Mayoritas responden sepakat bahwa partisipasi aktif mereka dalam berdiskusi dan berinteraksi dengan audiens lain di kolom komentar membuat mereka merasa lebih terlibat dalam proses belajar agama. Zulfikar menuturkan, "*Keterlibatan semacam ini membuat dakwah jadi lebih dinamis. Kami tidak hanya mendengarkan, tetapi juga bisa menyampaikan pendapat dan bertanya.*" Keterlibatan audiens seperti ini menjadikan dakwah tidak hanya sebagai komunikasi satu arah, tetapi lebih sebagai dialog interaktif yang memperkaya pemahaman keagamaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di kemukakan di atas terhadap mahasiswa UIN Sumatera Utara, ditemukan beberapa hal penting terkait efektivitas dakwah digital, keterlibatan audiens, serta tantangan dan peluang dalam penyebaran dakwah melalui media sosial. Dalam bagian ini, akan dibahas lebih lanjut hasil yang diperoleh, serta bagaimana temuan tersebut sesuai dengan teori dan penelitian terdahulu.

Efektivitas Dakwah di Media Sosial

Temuan menunjukkan bahwa dakwah melalui YouTube, khususnya channel Khalid Basalamah Official, dianggap sangat efektif oleh audiens mahasiswa. Hal ini sesuai dengan pandangan bahwa media sosial memberikan akses yang lebih mudah, fleksibel, dan cepat untuk menyebarkan informasi keagamaan (Huda, 2021). Kemampuan YouTube untuk menghadirkan ceramah dalam format video yang dapat diakses kapan saja memberikan keuntungan tersendiri, terutama bagi mahasiswa yang sering kali memiliki jadwal yang padat. Dalam konteks ini, fleksibilitas yang ditawarkan oleh platform YouTube sangat membantu mahasiswa untuk mempelajari agama secara mandiri dan sesuai dengan waktu mereka sendiri, sebagaimana diungkapkan oleh Fauzi, salah satu responden yang mengatakan bahwa "*Saya bisa belajar agama di mana saja dan kapan saja.*"

Selain kemudahan akses, efektivitas dakwah juga ditunjang oleh kemampuan Ustadz Khalid Basalamah dalam menyampaikan materi secara jelas dan sederhana. Sebagian besar responden menyatakan bahwa penjelasan Ustadz Khalid mudah dipahami, relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan menyentuh isu-isu keagamaan yang sering dihadapi oleh mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Ustadz Khalid berhasil menjangkau audiens dengan latar belakang pemahaman agama yang beragam. Penemuan ini sejalan dengan teori komunikasi yang menyatakan bahwa pesan yang disampaikan dengan cara yang sederhana dan langsung lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens (McQuail, 2010).

Peran Interaksi Dalam Meningkatkan Pemahaman

Interaksi antara audiens dengan dai dan sesama penonton di kolom komentar serta live chat memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman keagamaan audiens. Keterlibatan aktif dalam diskusi memungkinkan audiens untuk bertanya, memberikan pendapat, dan berbagi pemahaman dengan orang lain. Hal ini menambah dimensi interaktif dalam proses dakwah, di mana dakwah tidak lagi bersifat satu arah dari dai kepada audiens, tetapi menjadi dialog yang melibatkan berbagai pihak.

Sebagai contoh, Ahmad menyebutkan bahwa diskusi di kolom komentar sering kali memperkaya pemahamannya karena banyak penonton lain yang memberikan sudut pandang atau penjelasan yang berbeda. Hal ini konsisten dengan teori *uses and*

gratifications yang menyatakan bahwa audiens media massa tidak pasif, melainkan aktif dalam memilih konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka, serta mencari pengalaman interaktif yang dapat memperdalam pemahaman mereka (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974). Penemuan ini juga didukung oleh observasi partisipan, di mana komentar yang terdapat pada video ceramah sering kali berfungsi sebagai ruang diskusi di antara penonton, memperlihatkan peran kolaboratif audiens dalam proses pembelajaran agama.

Keterlibatan Audiens dan Dampaknya Pada Pemahaman Agama

Keterlibatan audiens dalam dakwah melalui media sosial tidak hanya mempengaruhi proses pembelajaran mereka, tetapi juga meningkatkan rasa kepemilikan terhadap konten yang mereka konsumsi. Hal ini terlihat dari pernyataan Zulfikar yang mengatakan bahwa *"Keterlibatan semacam ini membuat dakwah jadi lebih dinamis. Kami tidak hanya mendengarkan, tetapi juga bisa menyampaikan pendapat dan bertanya."* Keterlibatan ini memperlihatkan bahwa audiens memiliki peran aktif dalam menentukan arah diskusi keagamaan dan memengaruhi dinamika interaksi dakwah.

Efektivitas keterlibatan ini diperkuat oleh kenyataan bahwa banyak penonton yang menggunakan kolom komentar untuk bertanya lebih lanjut atau memberikan penjelasan tambahan terkait topik yang dibahas dalam ceramah. Dengan demikian, audiens tidak hanya berfungsi sebagai penerima pasif, tetapi turut berpartisipasi dalam memperdalam dan memperluas pemahaman topik yang sedang dibahas. Ini memperlihatkan peran media sosial sebagai platform yang memungkinkan dakwah menjadi lebih partisipatif dan dialogis.

Tantangan dalam Dakwah Digital

Meskipun dakwah digital melalui YouTube dinilai efektif, ada beberapa tantangan yang diidentifikasi oleh para responden. Salah satu tantangan yang disebutkan adalah adanya beberapa materi dakwah yang sulit dipahami, terutama bagi mereka yang belum memiliki dasar pengetahuan agama yang kuat. Rahma menyoroti bahwa *"Kadang ada beberapa istilah atau penjelasan yang agak sulit dipahami kalau belum punya dasar pengetahuan agama yang kuat."* Tantangan ini mengindikasikan bahwa meskipun dakwah di media sosial dapat menjangkau khalayak luas, pemahaman yang mendalam tetap memerlukan konteks yang lebih komprehensif.

Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah perdebatan yang tidak sehat di kolom komentar, sebagaimana disebutkan oleh Ahmad. Dalam diskusi online, tidak jarang terjadi perdebatan yang melibatkan komentar-komentar yang tidak relevan atau bahkan menimbulkan konflik. Ini merupakan tantangan dalam memoderasi diskusi di platform terbuka seperti YouTube, di mana kontrol atas komentar penonton terbatas. Tantangan ini mengindikasikan bahwa dakwah digital memerlukan pendekatan moderasi yang lebih baik untuk menjaga kualitas interaksi dan diskusi yang terjadi.

Meskipun ada tantangan, dakwah di platform digital seperti YouTube memberikan peluang besar untuk meningkatkan pemahaman keagamaan, khususnya di kalangan mahasiswa. Temuan menunjukkan bahwa YouTube tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana diskusi dan interaksi antar-audiens. Ini menciptakan ruang dakwah yang lebih inklusif dan interaktif, di mana setiap penonton dapat berkontribusi dan belajar bersama.

Sebagai tambahan, hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa dakwah di media sosial juga memberikan kesempatan bagi dai untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Khalid Basalamah, misalnya, berhasil mengumpulkan jutaan subscribers di

YouTube, yang menunjukkan bahwa konten dakwah digital memiliki daya tarik yang besar, terutama di kalangan anak muda. Hal ini memberikan peluang bagi dai dan lembaga keagamaan untuk memperluas dakwah mereka melalui berbagai platform digital lainnya.

Simpulan

Dakwah digital melalui platform YouTube terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan di kalangan mahasiswa UIN Sumatera Utara. Melalui interaksi aktif di kolom komentar dan fitur live chat, audiens tidak hanya berfungsi sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai partisipan yang berkontribusi dalam diskusi keagamaan, yang memperkaya pengalaman belajar mereka. Meskipun terdapat tantangan seperti kesulitan dalam memahami beberapa materi dan potensi perdebatan tidak sehat, kehadiran konten dakwah yang relevan dan mudah diakses, serta kemampuan Ustadz Khalid dalam menyampaikan materi secara jelas, membuat dakwah di platform ini sangat berpengaruh terhadap keterlibatan dan pemahaman mahasiswa terhadap isu-isu keagamaan. Penelitian ini menegaskan bahwa dakwah melalui media sosial memiliki potensi besar untuk menjangkau dan mendidik audiens yang lebih luas, serta menciptakan ruang diskusi yang interaktif dan konstruktif.

Referensi

- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Jejak:Sukabumi
- Ahmad, M. (2020). "Media Digital dan Dakwah: Studi Tentang Perubahan Bentuk Komunikasi Islam". *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(1), 23-35.
- Amalia, N. (2021). *Keterlibatan Audiens dan Efektivitas Komunikasi Dakwah di Era Digital: Studi pada Ustadz Hanan Attaki*. *Jurnal Dakwah Digital*.
- Amalia, R. (2022). "The Impact of Interactive Features in YouTube Da'wah on Audience Engagement". *Journal of Religious Studies*, 7(1), 102-115.
- Bastomi, H. 2020. "Implementasi Dakwah Moderat Melalui Media Virtual Youtube Dalam Channel eL Yeka", *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 7.
- Boughzala, I. 2016. "Social Media and Value Creation: Exploring the Perception of Generation Y toward Corporate Social Networking Applications Use", *Journal of Organizational and End User Computing*, 28 (2).
- Bunt, G. R. 2018. *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. The University of North Carolina Press.
- Devi Affandi, N. R., & Octavianti, M. 2019. "KOMUNIKASI DAKWAH PEMUDA HIJRAH", *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3
- Herring, S. C. (2010). Web content analysis: Expanding the paradigm. In J. Hunsinger, L. Klastrup, & M. Allen (Eds.), *International handbook of internet research* (pp. 233-249). Springer.
- Huda, M. (2021). *Dakwah di Era Digital: Strategi Penyampaian Pesan Melalui Media Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Mustaqim, M. (2020). *Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam di Kalangan Generasi Muda*. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 35-48.

- Muzakki, A. (2019). *Peran Media Digital dalam Penyebaran Dakwah: Studi pada Channel YouTube Salim A. Fillah*. Jurnal Studi Islam.
- Nurmala, R. (2019). *Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Pikir Remaja dalam Memahami Ajaran Agama*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(2), 134-145.
- Pew Research Center. (2021). *The future of the world's Muslim population: Projections for 2010-2030*. Pew Forum on Religion & Public Life.
- Rahman, A. (2021). "The Role of Audience Engagement in the Effectiveness of Digital Da'wah". *Journal of Islamic Communication*, 9(2), 45-60.
- Saleh, M. (2022). *Dakwah Digital dan Interaksi Audiens: Studi Kasus YouTube dalam Penyebaran Islam*. Jurnal Ilmiah Al-Muqaddimah, 8(1), 20-30.
- Sari, A. (2021). *Dakwah dan Keterlibatan Audiens dalam Media Sosial: Analisis Konten YouTube*. Jurnal Komunikasi Islam, 7(3), 201-215.
- Statista. (2023). "Global YouTube Usage Statistics". Retrieved from: www.statista.com
- Subhan, A. (2022). *Media Sosial sebagai Sarana Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital*. Jurnal Penelitian Komunikasi, 10(2), 88-100.
- Usman, A. (2021). *Strategi Dakwah di Media Sosial: Kajian Teori dan Praktik*. Jurnal Komunikasi Islam, 6(2), 150-163.