



Analisis Dakwah Ust. Abdul Somad di Youtube terhadap Sosial Positif bagi Masyarakat

Anggun Anugrah^{1*}, Khairuddin¹

^{1,2} Manajemen Dakwah, Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru

*Email : ¹ Anggun.Anugrah@12340422177, ² khairuddin.72@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji media dakwah kontemporer Ust. Abdul Somad di youtube terhadap pengaruh sosial, serta pesan-pesan dakwah melalui media sosial yang berdampak pada perilaku dan nilai-nilai sosial masyarakat. Melalui pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data sekunder dilihat dari konten yang diunggah dan mengumpulkan informasi dan studi literatur, data primer bukti dokumentasi screenshot. Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi dakwah dan media dakwah. Hasil dari penelitian ini menggunakan teori komunikasi dan media, Dakwah Ustadz Abdul Somad di platform YouTube terbukti berhasil dalam menarik minat serta menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Video berjudul apa yang kita siapkan bukan untuk sakaratul maut memperoleh jumlah tayangan tertinggi dengan 70% komentar yang bersifat positif sementara video hukum pacaran dalam Islam menunjukkan tingkat keterlibatan yang tertinggi dengan 67% komentar positif. Respon dari audiens yang mayoritas bersifat positif ini mencerminkan dampak dari dakwah terhadap motivasi, tingkah laku, dan nilai-nilai sosial di dalam masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa YouTube berfungsi sebagai sarana dakwah digital yang signifikan dan memiliki dampak yang luas.

Kata Kunci : Dakwah; Komunikasi; Abdul Somad; Youtube; Sosial.

ABSTRACT

This study examines contemporary Islamic preaching media by Ustadz Abdul Somad on YouTube regarding social influence, as well as Islamic preaching messages through social media that impact the behavior and social values of society. Through a qualitative approach with a descriptive approach, secondary data is seen from uploaded content and collecting information and literature studies, primary data is screenshot documentation evidence. This study aims to analyze Islamic preaching communication and Islamic preaching media. The results of this study

using communication and media theory, Islamic preaching on YouTube platform has proven successful in attracting interest and conveying religious messages. The video entitled "What we prepare is not for sakaratul maut" received the highest number of views with 70% of comments being positive while the video on the law of dating in Islam showed the highest level of engagement with 67% of positive comments. The response from the audience, which is mostly positive, reflects the impact of Islamic preaching on motivation, behavior, and social values in society. These findings indicate that YouTube functions as a significant digital preaching medium and has a broad impact.

Keywords : *Da'wah; Communication; Abdul Somad; Youtube; Social.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa perubahan yang cukup mendasar dalam kehidupan manusia, khususnya pada bidang media komunikasi. Kehadiran era komunikasi elektronik turut menjadi titik penting dalam terjadinya revolusi media yang mengubah pola dan cara masyarakat dalam berkomunikasi (Catur Nugroho, dkk. 2020). Teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan di berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam hal dakwah Islam (Achmad Fachri Wahyudi, Gita Widiasanty, dan Nur'aeni Nur'aeni 2024).

Kemajuan teknologi komunikasi dan media digital telah membawa perubahan besar terhadap pola penyebaran informasi di masyarakat. Kehadiran media baru menjadikan proses komunikasi berlangsung lebih cepat, interaktif, dan mampu menjangkau khalayak luas tanpa batas ruang dan waktu. Dalam konteks dakwah Islam, perkembangan media digital memberikan peluang baru bagi para dai untuk menyampaikan pesan keagamaan secara efektif. Melalui berbagai platform media sosial, seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook. McQuail menjelaskan bahwa media baru memiliki sifat interaktif, terhubung secara luas, serta mudah diakses, sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara penyampai pesan dan audiens. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana strategis dalam pengembangan dakwah kontemporer.

Dalam era kontemporer ini ditandai perkembangan teknologi informasi, yang kian terus berlangsung. Peran dakwah Islam mempunyai posisi yang strategis untuk memegang peran penting menyebarkan message (pesan) agama kepada kalangan masyarakat maya. Komunikasi dakwah dan media dakwah yang digunakan pendakwah menjadi hal yang krusial untuk menyebarluaskan ajaran Islam agar relevan dalam konteks sosial.

Dalam bukunya yang berjudul *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, Nasaruddin Latif menjelaskan bahwa dakwah merupakan setiap usaha yang dilakukan untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat, secara ekspresi

atau gerakan, tulisan, maupun lainnya yang mempunyai sifat menyeru, memanggil, mengajak, umat yang lain dalam rangka untuk beriman dalam mentaati Allah SWT. sejalan dengan ajaran aqidah, akhlak, syariat Islam. Dakwah kontemporer merupakan dakwah yang menggunakan atau memanfaatkan fasilitas teknologi yang menyediakan berbagai aplikasi yang dilengkapi dengan fitur yang menarik dan terbaru.

Dakwah harus tetap berlangsung menjadi bagian penting di tengah kehidupan masyarakat merupakan kewajiban sebagai umat Muslim, karena pada hakikatnya berdakwah menyeru untuk arah lebih baik dan mencegah kemungkaran, menjadi tanggung jawab setiap umat Islam, hal ini diperkuat dengan firman Allah SWT di Al-Qur'an dalam surah Ali Imran ayat 104, yang menjelaskan bahwa setelah masing-masing berusaha memperbaiki diri, agar juga menyeru kebaikan sesama manusia. Dakwah merupakan suatu keharusan dalam rangka mengembangkan agama. Dakwah harus dilakukan sesuai dengan perkembangan zaman, sekarang era kontemporer konteks kekinian kemajuan media sosial, teknologi, dan komunikasi maupun ilmu pengetahuan. Sebab dengan merabaknya aktivitas dakwah yang berjalan dengan baik akan memberikan dampak positif bagi agama dan umat, sedangkan melemahnya aktivitas dakwah dapat menyebabkan kemunduran dalam kehidupan beragama. Adanya timbal balik tersebut menunjukkan bahwa Islam menempatkan dakwah sebagai kewajiban bagi setiap pemeluknya. (Rahardjo 2020).

Fenomena UAS menarik untuk dikaji lebih mendalam, terutama media dakwah dan komunikasi pesan dakwah. Bagaimana strategi komunikasi pesan dakwah dalam pemanfaatan media youtube sebagai peluang penyebaran dakwah. Untuk mewujudkan kehidupan yang maju, adil, agent of change, bebas dari ancaman, penindasan, serta kekhawatiran dakwah menjadi aspek penting (Khumaedi dan Fatimah 2019). Dakwah itu agar menjadi lebih baik, atau sesuatu yang sudah baik agar lebih baik lagi. Menurut Mushofa Mansyur, Islam adalah agama dakwah yang mewajibkan umatnya untuk menerapkan syariatnya, berahlak dengan Al-Qur'an dan Sunnah Nabi, Islam juga mewajibkan umatnya untuk menyebarkan ajaran Islam yang benar kepada seluruh manusia (Syahputra dan Santalia 2023).

Salah satu da'i kontemporer yang berhasil memanfaatkan peluang dakwah di era digital ialah Ustadz Abdul Somad, Lc., MA. Sosok tokoh yang akrab disapa dengan sebutan UAS merupakan telah menjadi fenomena tersendiri dalam lanskap pendakwah di Indonesia. Dengan gaya ceramah yang khas, serta penyampaian yang lugas, tegas dan santun, telah memikat hati jutaan umat Muslim di tanah air (Yunus 2024). Popularitas dakwah Ustadz Abdul Somad tidak terlepas dari media dan komunikasi dakwah yang di terapkan. Kemampuannya

dalam mengemas pesan Islam secara sederhana dengan gaya humoris namun mendalam disertai referensi yang jelas dari Al-Qur'an dan Hadits.

Studi sebelumnya telah banyak membahas tentang dakwah kontemporer melalui media, dan komunikasi dakwah. Misalnya dengan Penelitian yang dilakukan oleh Chanra M dan Ramsiah Tasruddin (2025) mengkaji peran media sosial sebagai platform komunikasi di era digital. Studi Pada Generasi Milenial, Arif Ramdan Sulaeman, Anhar Fazri, dan Fairus (2020) meneliti Strategi Pemanfaatan Youtube dalam Bidang Dakwah oleh Ulama Aceh, Guntur Cahyono dan Nibros Hassani (2019) meneliti fenomena Youtube: Seni Komunikasi Dakwah dan Media Pembelajaran, dengan hasil penelitiannya ada dua kata kunci penggunaan Youtube sebagai Dakwah Islam dan Pendidikan Islam. Berbeda penelitian sebelumnya, artikel ini penulis bermaksud guna meningkatkan penelitian mengenai analisis secara mendalam mengenai media dan komunikasi dakwah secara spesifik dengan menghubungkan sebagai subjeknya Ustadz Abdul Somad yang dilakukan secara daring (Rani 2023). Fokus penelitian ini ada dua, pertama Analisis Komunikasi Dakwah: Konten Dakwah UAS di Youtube, kedua Dakwah Kontemporer: Pengaruh Sosial Positif Dakwah UAS di Youtube. Disamping itu setidaknya artikel ini sekiranya dapat menjadi sumber khazanah keilmuan agar memepluas ilmu pengetahuan dibidang komunikasi dakwah dan media terkhusus Youtube dalam penyebaran dakwah Islam(Nabilah, Nasichah, dan Hermansah 2022).

Dengan adanya teknologi komunikasi dan media digital telah membawa perubahan besar dalam pola penyebaran informasi di masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Kehadiran media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menjadikan proses komunikasi berlangsung lebih cepat, luas, dan interaktif. Dalam konteks dakwah kontemporer, media digital memberikan peluang besar bagi para dai memanfaatkan media untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat secara luas tanpa terhalang oleh batas ruang dan waktu. Menurut McQuail (2011), media baru memiliki karakteristik interaktivitas dan konektivitas yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara dua arah antara komunikator dan audiens. Oleh karena itu, media sosial menjadi sarana strategis dalam penyebaran dakwah Islam di era modern. YouTube menjadi salah satu platform yang paling efektif dalam komunikasi dakwah karena memiliki karakteristik audio visual yang mampu menarik perhatian audiens. Penggunaan video membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami dibandingkan media berbasis teks. Selain itu, fitur komentar dan berbagi video memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara dai dan masyarakat. Menurut Nasrullah (2017), media sosial memudahkan masyarakat dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah sekaligus membentuk ruang komunikasi partisipatif di era digital. Salah satu dai yang berhasil memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah ialah Ustadz Abdul Somad, Lc., M.A. Dakwah UAS melalui YouTube

mendapat perhatian luas masyarakat karena gaya penyampaian yang sederhana, humoris, dan mudah dipahami. Ceramah yang disampaikan juga relevan dengan kehidupan sehari-hari sehingga mampu menarik minat berbagai kalangan masyarakat. Penelitian Taufikurrahman dan Setyowati (2024) menjelaskan bahwa dakwah digital melalui media sosial memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan pemahaman agama dan perilaku sosial masyarakat. Dengan demikian, penggunaan YouTube sebagai media dakwah menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi dapat dimanfaatkan secara positif dalam penyebaran ajaran Islam.

Ustadz Abdul Somad merupakan seorang mubaligh atau da'i yang berhasil mengembangkan dakwahnya melalui pemanfaatan media digital yang menjangkau masyarakat di berbagai belahan dunia. Penyampaian pesan dakwah yang dilakukan dengan strategi komunikasi yang baik mampu memberikan pemahaman yang lebih mudah diterima oleh masyarakat. Selain itu, beliau memperoleh amanah sebagai Datuk Seri Ulama Setia Negara dari LAM Riau pada 20 Februari 2018 di Pekanbaru, Riau, serta menjadi salah satu pimpinan perubahan Republik pada 10 April 2018 di Jakarta. Sebelum menggunakan akun resmi pribadinya, beliau memanfaatkan platform YouTube melalui akun Tafaqquh Video yang mulai aktif sejak 17 Maret 2012 (Nur Ramdhan dkk., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengobservasi tautnya Youtube sebagai media komunikasi bagi pendakwah dan pengaruh sosial terhadap masyarakat, penyebaran konten video dakwah. Metode yang dipakai melalui pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data sekunder dilihat dari konten yang diunggah dan mengumpulkan informasi dan studi literatur, data primer bukti dokumentasi screenshot. Penelitian ini bertujuan menganalisis komunikasi dakwah dan media dakwah. Menurut Krippendorff, analisis isi adalah teknik penelitian yang dimanfaatkan untuk menarik kesimpulan yang dapat dipercaya dan sah berdasarkan konteksnya.

Sedangkan menurut R. Holsty, kajian isi adalah teknik apapun yang digunakan untuk menarik kesimpulan melalui usaha menemukan karakteristik pesan secara objektif dan sistematis. Dalam konteks ini, unsur konteks dari metode analisis isi harus memperhatikan konteks dari data yang dianalisis, yaitu konten dakwah UAS di media Youtube sebagai pengaruh sosial masyarakat. Serta referensi literatur artikel riset terdahulu yang terkait.

Penelitian ini, peneliti menganalisis komunikasi media dengan penggunaan youtube yang digunakan oleh pendakwah untuk menyebarluaskan ajaran agama Islam. Dalam penelitian ini, penulis perlu menggunakan tiga kajian yang menjadi rujukannya: Teori Komunikasi Media dan Teknologi, Teori pembelajaran konektivisme, dan kajian (Information, Communication, Technology) sebagai kajian tambahan. Objek penelitian ini terbatas dari konten

video Youtube kurun waktu di akun pendakwah Ustadz Abdul Somad (UAS), bernuansa materi Islam yang dapat diakses semua khalayak. Dalam konteks ini, penulis membahas komunikasi dakwah di media sosial sebagai wadah untuk mengemas keilmuaan agar mengetahui efek dari media sosial sebagai pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan keagamaan. Alasan peneliti mengambil wilayah pada media Youtube karena fokus pada penelitian ini pada akun Youtube @Ustadz Aabdul Somad Official (Rosid 2020).

Akun YouTube dari ustad Abdul Somat berfungsi sebagai platform dakwah digital dengan total 4,68 juta pelanggan dan sekitar 2,8 ribu video yang diunggah. Data penelitian ini diperoleh dari video yang diunggah di akun tersebut yang dianalisis dari 29 Desember 2024 sampai Januari 2025. Dalam studi ini, diidentifikasi dua tema utama yang paling banyak ditonton yaitu “Apa yang kita siapkan sebagai persiapan untuk sekarat maut” dan “Hukum pacaran dalam perspektif Islam” kedua tema ini digunakan sebagai pusat analisis untuk menilai interaksi audience jumlah tayangan serta reaksi komentar dalam konteks dakwah digital ustad Abdul Somad.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini memfokuskan dua tema utama yang menyoroti tipologi penerapan media Youtube sebagai peluang dakwah, media dakwah dan komunikasi dakwah yang diterapkan oleh para pendakwah Islam, khususnya yang menggunakan teknologi sebagai media dakwah Islamiah.

Strategi Komunikasi Persuasif Ustadz Abdul Somad

Penelitian mengenai dakwah digital melalui media sosial terus mengalami perkembangan seiring meningkatnya penggunaan platform digital sebagai sarana komunikasi keagamaan. Media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok kini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam secara luas dan interaktif. Menurut Taufikurrahman dan Endang Setyowati (2024), sistem komunikasi dakwah di era digital mengalami transformasi yang signifikan karena media sosial mampu menjangkau audiens tanpa batas ruang dan waktu. Kehadiran media digital memungkinkan pesan dakwah diterima masyarakat secara lebih cepat, praktis, dan fleksibel sesuai kebutuhan pengguna media sosial. Oleh sebab itu, dakwah digital menjadi salah satu strategi penting dalam menyampaikan ajaran Islam di tengah perkembangan teknologi komunikasi modern. Pemanfaatan YouTube dinilai efektif sebagai sarana dakwah karena memiliki karakteristik audio visual yang mampu meningkatkan daya tarik audiens terhadap pesan-pesan keagamaan.

Hadiati Pujawardani dan Muhammad Farid Amirudin (2022) menjelaskan bahwa YouTube menjadi media dakwah yang efektif karena mampu menggabungkan unsur visual, audio, dan interaksi digital melalui fitur komentar

serta berbagi video. Dengan demikian, komunikasi dakwah yang dilakukan melalui YouTube tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga menciptakan komunikasi partisipatif antara dai dan audiens. Hal tersebut memperkuat posisi YouTube sebagai media dakwah kontemporer yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern. Dalam perspektif komunikasi dakwah, strategi penyampaian pesan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan dakwah digital.

Dalam penelitian Akmal Muhamad Zaini dan Hilman Mauludin (2022) menunjukkan bahwa penggunaan bahasa sederhana, humor, dan pendekatan komunikatif menjadi strategi efektif dalam menarik perhatian audiens media sosial. Strategi tersebut juga terlihat dalam dakwah Ustadz Abdul Somad yang dikenal memiliki gaya ceramah lugas, humoris, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat. Kemampuan menyampaikan pesan agama secara sederhana namun tetap mendalam menjadikan dakwah UAS diterima secara luas oleh masyarakat Indonesia. Selain itu, media digital memiliki kemampuan membentuk perubahan sosial dan perilaku masyarakat melalui konten yang dikonsumsi secara terus menerus. Menurut Ramadhani, Abdullah, dan Salihan (2025), dakwah digital melalui YouTube memberikan kontribusi terhadap transformasi nilai religius masyarakat karena audiens memperoleh pemahaman agama melalui konten dakwah yang mereka akses setiap hari. Dalam perspektif komunikasi massa, media tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku sosial masyarakat. Oleh karena itu, dakwah digital memiliki peran penting dalam membangun kesadaran religius dan moral masyarakat di era modern.

Keberhasilan dakwah Ustadz Abdul Somad di YouTube tidak terlepas dari strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam setiap ceramahnya. Strategi komunikasi persuasif merupakan kemampuan komunikator dalam memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku audiens melalui pesan yang disampaikan secara efektif. Ust. Abdul Somad menggunakan gaya bahasa yang sederhana sehingga mudah dipahami oleh masyarakat dari berbagai latar belakang pendidikan. Penggunaan bahasa Melayu yang khas dipadukan dengan humor ringan membuat pesan dakwah terasa dekat dengan kehidupan masyarakat sehari-hari. Strategi ini mampu menciptakan kedekatan emosional antara dai dan mad'u.

Selain itu, penggunaan kisah-kisah Islami, sejarah ulama, serta analogi kehidupan sehari-hari menjadi salah satu kekuatan komunikasi dakwah UAS. Pendekatan naratif seperti ini mempermudah audiens memahami materi dakwah yang kompleks. Dalam teori komunikasi, penggunaan storytelling efektif meningkatkan daya ingat audiens terhadap pesan yang diterima. Strategi komunikasi persuasif UAS juga terlihat dari kemampuan beliau dalam menjawab pertanyaan masyarakat terkait problematika kehidupan modern. Tema-tema seperti pergaulan remaja, keluarga, pendidikan anak, ekonomi syariah, hingga

fenomena media sosial sering diangkat dalam ceramahnya. Relevansi tema tersebut membuat audiens merasa bahwa dakwah yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan kehidupan masa kini.

Dalam komunikasi dakwah, kredibilitas komunikator menjadi faktor penting keberhasilan penyampaian pesan. Kredibilitas Ustadz Abdul Somad dibangun melalui latar belakang pendidikan agama yang kuat, kemampuan menguasai dalil Al-Qur'an dan hadis, serta gaya penyampaian yang lugas. Hal tersebut meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap isi ceramah yang disampaikan. Kajian tentang komunikasi dakwah keagamaan melalui YouTube dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana media digital digunakan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam serta pengaruhnya terhadap perilaku sosial masyarakat.

Interaksi aktif antara UAS dan audiens melalui kolom komentar YouTube juga menunjukkan bentuk komunikasi dua arah dalam dakwah digital. Audiens dapat memberikan respon, pertanyaan, maupun apresiasi secara langsung. Kondisi ini berbeda dengan dakwah konvensional yang cenderung bersifat satu arah.

Dalam buku Psikologi Dakwah, Ahmad Mubarak menjelaskan bahwa dakwah dapat dipahami sebagai suatu bentuk komunikasi. Mempunyai tiga unsur penting, yakni da'i mengkomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u, baik secara individu maupun kelompok. Berikut ini mengenai unsur yang dibahas dalam komunikasi dakwah adalah komunikasi da'i (komunikator), pesan dakwah (message) dan mad'u (komunikan) (Nurbadri Sukanda 2023). Hal lain dari istilah komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian pesan yang berisi tentang agama Islam kepada orang lain. Ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang benar tentang ajaran Islam serta mengajak mereka untuk menerima dan mengamalkannya (Canara Krisana Jaya Lubis, dkk 2024). Strategi komunikasi dakwah tokoh agama yang memiliki pengaruh sosial di Indonesia salah satunya adalah Ustadz Aabdul Somad (UAS) dakwah yang disampaikan melalui berbagai platfrom, termasuk Youtube telah menjangkau jutaan orang yang melihat kajian dakwah telah disampaikan keberbagai penjuru.

Komunikasi dakwah berbasis media online memerlukan kemampuan retorika dan komunikasi persuasif agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh audiens. Penggunaan intonasi, pemilihan kata, gaya komunikasi, dan pendekatan emosional menjadi bagian penting dalam membangun kedekatan antara dai dan audiens. Dalam hal ini, Ustadz Abdul Somad dinilai berhasil menerapkan komunikasi persuasif melalui ceramah yang relevan dengan realitas kehidupan masyarakat sehingga pesan dakwah lebih mudah dipahami dan diterima. Di sisi lain, perkembangan media digital juga memberikan tantangan bagi aktivitas dakwah Islam. Hasan Sazali dan Ali Mustafa (2023) menjelaskan bahwa media baru memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan opini publik sehingga penggunaan media sosial dalam dakwah harus dilakukan secara bijaksana dan

bertanggung jawab. Dakwah digital harus tetap memperhatikan nilai etika komunikasi agar tidak menimbulkan ujaran kebencian, provokasi, serta penyebaran informasi yang belum tentu kebenarannya. Oleh sebab itu, para dai dituntut untuk mampu memanfaatkan media digital secara positif sebagai sarana edukasi dan penyebaran nilai-nilai Islam yang moderat. Penelitian ini akan menganalisis konten dakwah UAS di Youtube untuk memahami secara mendalam mengenai tema, metode, gaya penyampaian, dan visualisasi Sebagai berikut:

1. Tema Dakwah

Dalam dakwah yang dikemas dengan berbagai macam tema, yang lumrah dibahas Ustadz Abdul Somad adalah tentang akidah, akhlak, dan ibadah serta sosial lainnya tentang masa kini mengenai isu yang humor di masyarakat. Hal ini diperkuat salah satu video yang diunggah yang bertemakan, ceramahnya “Apa yang Kita Siapkan Bekal Untuk Sakaratul Maut” bertepatan pada Desember 2024. Di video tersebut mempunyai makna tersirat dalam pesan yang disampaikan. Dari video dakwah yang disampaikan di media Youtube bahwasannya bisa diambil pelajaran tentang pemahaman akidah, akhlak, syariah, dan sosial (Arsela dan Castrawijaya 2025).

Dilihat prespektif Akidah dalam tema tersebut, berisi tentang keimanan seseorang terhadap mempersiapkan akhirat sebelum menghadapi pencipta Allah SWT. Pesan yang diambil pula prespektif Akhlak menekankan pentingnya akhlak mulia dalam kehidupan, serta prespektif syariah pesan yang disampaikan terkait ibadah dalam pemenuhan keimanan dan ketaqwaan, dan dari prespektif sosial menyerukan untuk berperan aktif di bidang pendidikan bahwa pendidikan sumber ilmu yang menjadi jendela untuk kejayaan Islam dimasa mendatang serta mengatasi problematika kehidupan sosial masyarakat (Nur Wachid dan Rahmatin 2024).

Pemahaman mengenai tema yang disajikan sangat penting karena kaitannya dengan cerminan diri seseorang muslim. Hal inii menjadi kajian berdasarkan nilai-nilai yang diajarkan agama mencakup aspek kehidupan baik itu dengan Allah, lingkungan sosial sesama manusia. Dari akidah, akhlak dan ibadah yang akan membentuk karakter yang baik dan meningkatkan kaulitas iman seta ketakwaan seorang Muslim.



Sumber: Akun Youtube @UstadzAbdulSomadOfficial

Gambar 1. Komentar pada Apa Yang Kita Siapkan Bekal Untuk Sakaratul Maut

2. Metode Dakwah

Penyampaian Ustadz Abdul Somad dalam analisis studi peneliti terdahulu terkait, sebagai contoh konten dialog Ustadz Abdul Somad dalam podcast Daniel Manata, berdiskusi untuk berdialog dengan seseorang yang bukan beragama Islam. Di video konten yang diunggah terjadi perbincangan, saling berargumen bertukar pikiran (Sulaeman dan Fazri 2020). Diskusi berlanjut di beberapa menit potongan video Ustadz Abdul Somad menjelaskan tentang pandangan kasih sayang sesama umat manusia, pentingnya menjaga keutuhan persaudaraan sesama baik Islam, maupun non-Islam (Syahputra dan Santalia 2023). Ini sejalan dengan metode dakwah mujadillah saling berdiskusi bukan menjatuhkan satu sama lain, hal ini berkaitan dengan pernyataan dalam Al-Quran surah An-Nhal ayat 125

3. Gaya Penyampaian Dakwah

Metode yang digunakan dakwah UAS menggunakan bahasa yang mudah dipahami agar mad'u dapat memahami makna pesan yang disampaikan dalam dakwah. Dalam konten dakwah yang di upload di Youtube pada tabligh Akbar di Stadium Kelantan di Malaysia. Dengan cara pesan dakwah yang lugas mudah dipahami isi pesan dakwah disampaikan kepada mad'unya, serta mengajak jama'ah untuk berinteraksi dengan membawa untuk berpikir bahwa dahulu ada sejarah seorang ulama yang berasal dari Kelantan Malaysia, UAS mengajak untuk seluruh masyarakat selalu menjaga ulama, dan merunut bahwa dahulu ulama berjuang untuk menuntut ilmu jauh ke negeri seberang di Mesir. Dari uraian tersebut bahwa gaya penyampaian dakwah UAS bahasa yang mudah dimengerti, dan interaksi dengan mad'unya (Nizar 2018).

4. Visualisasi dan Editing Konten Dakwah

Kualitas video dan editing pada video UAS di Youtube umumnya baik. Di video memiliki visualisasi yang menarik dan mendukung penyampaian pesan dakwah. Penggunaan visual, seperti gambar, video kejernihan suara, subtitle atau teks, dapat membantu penonton untuk lebih memahami dan mengingat pesan yang disampaikan.

Dalam penyajian visualisasi dan editing konten dakwah ustadz Abdul Somad merupakan dari pendekatan yang secara profesional serta menarik. Hal ini bisa dilihat dari akun resmi @ustadzabdulsomadofficial telah dikemas sedemikian rupa video ceramah yang menampilkan nuansa warna sampul menarik dan estetika (Rosid 2020). Foto candid yang ditandai setiap konten yang diunggah, dilengkapi background musik dengan bernuansa Arab. Tema video yang provokatif menarik minat viewers.

Dakwah digital yang dilakukan ustadz Abdul Somad ini juga disertai live streaming yang direkam saat ceramah yang dilakukan offline dengan kualitas video yang baik. Pengeditan konten dengan penambahan teks sebagai penegasan pesan dakwah, serta penggunaan visual. Konten dakwah UAS sudah sangat terstruktur, dimana memiliki lebih dari 3.191 video, 4,88 juta subscriber, aktif nya akun UAS sejak 25 Juni 2019. Sasaran dakwah menjangkau dari kalangan muda hingga tua bahkan mancanegara (Setyowati 2024).

Dakwah terhadap Pembentukan Moral Masyarakat

Dakwah melalui media digital memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pembentukan moral masyarakat, khususnya generasi muda. Konten dakwah yang disampaikan secara konsisten dapat membentuk pola pikir religius, meningkatkan kesadaran spiritual, dan memperkuat nilai-nilai moral dalam kehidupan sehari-hari.

Ceramah Ustadz Abdul Somad banyak membahas pentingnya menjaga akhlak, menghormati orang tua, menjauhi pergaulan bebas, serta meningkatkan kualitas ibadah. Pesan-pesan tersebut menjadi sumber motivasi bagi masyarakat untuk memperbaiki perilaku dan meningkatkan kedekatan kepada Allah SWT. Pengaruh sosial positif juga terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap kajian Islam. Banyak audiens yang sebelumnya jarang mengikuti pengajian menjadi lebih aktif mempelajari agama melalui YouTube. Fenomena ini menunjukkan bahwa media digital mampu menjadi sarana edukasi Islam yang efektif.

Di sisi lain, dakwah digital juga berfungsi sebagai media kontrol sosial. Konten dakwah yang membahas etika bermedia sosial, bahaya fitnah, dan pentingnya menjaga persaudaraan dapat membantu masyarakat menggunakan media sosial secara lebih bijak. Dalam konteks sosiologi komunikasi, media memiliki kemampuan membentuk konstruksi sosial masyarakat. Ketika

masyarakat terus menerus mengonsumsi konten dakwah positif, maka nilai-nilai religius akan semakin tertanam dalam kehidupan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki kontribusi penting dalam pembentukan budaya religius di masyarakat modern.

Namun demikian, penggunaan media digital untuk dakwah juga memerlukan pengawasan dan tanggung jawab moral. Informasi keagamaan yang tidak valid dapat menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat. Karena itu, para dai perlu memastikan bahwa materi dakwah yang disampaikan bersumber dari rujukan yang valid serta tidak memuat unsur provokatif.

Dakwah masa kini (kontemporer) adalah dakwah berbasis digital, revolusi informasi yang kini diijakan sebagai suatu rahmat besar bagi manusia dan sekaligus tantangan ini harus dimanfaatkan sebagai peluang bagi para da'i untuk terlibat aktif di dalamnya (Rahim dan Kemala 2025). Tanpa keterlibatan para juru dakwah dalam kancah revolusi informasi, bisa mengakibatkan dampak negatif. Bukan hanya akan membuat umat tersesat, namun kemaslahatan dalam bermedia informasi jika tidak ada penda'i yang memanfaatkan dakwah di sosial media. Seharusnya masa sekarang yang serba digital ini, da'I dan daiyah bijak dalam menghadapi tantangan, agar pesan dakwah akurat. Jangkauan dakwah bisa tersebar luas di seluruh dunia dengan media sosial (Rahman 2023).

Usadz Abdul Somad berdakwah melalui platform Youtube telah memberikan pengaruh terhadap kehidupan sosial masyarakat, terutama dalam peningkatan pemahaman agama sebagai sumber pengetahuan agama bagi banyak orang yang menonton video dakwah. Dengan adanya ceramah UAS yang mudah di mengerti sebab kajian yang dibahas mengenai realitas, kajiannya telah membahas kejelasan konsep-konsep agama Islam yang sejalan dengan kehidupan masyarakat masa kini (Efendi, Suseno, dan Harahap 2023). Ini bisa dilihat dari analisis lebih dominannya komentar positif terhadap video dakwah yang disajikan dalam konten dakwah. Hal lain yang bisa dilihat dari antusiasnya orang yang tertarik terhadap akun Youtube UAS dari jumlah subscriber dan populasi view penonton (Uddin dan Muhid 2021).

Sebagai contoh dalam salah satu ceramahnya, "Dunia Hanya Tempat Sementara" terdapat respon dari mad'u yang menonton melalui komentar dalam kutipannya "Assalamualaikum ustad, nama saya Anton saya mualaf, usia saya 31 tahun.saya sekarang tinggal di kota Dumai.desa Selingsing, kecamatan Medang kampai.saya brharap bisa belajar ilmu agama sama ustad.sekarng batin saya tidak tenang ustad.sudah brbagai cara saya lakukan tapi tetap tidak bisa tenang.kalau ustad berkenan saya mohon ustad bisa meluangkan waktu nya datang ke tempat saya.masih banyak yang tidak bisa saya jelaskan di chat ini.kalau Allah bisa mempertemukan kita ada banyak sekali yang mau saya ceritakan ke ustad.saya mohon dengan sangat2 ustad bisa menolong saya yang sudah terlalu jauh dari agama.saya butuh bimbingan ustad.saya ingin bertobat membersihkan batin

saya.saya banyak brbuat dosa ustad.semoga ustad lah yang di utus Allah buat membantu saya. Agar saya bisa memperjuangkan kalimat Allah SWT.” Dapat ditarik kesimpulan bahwasannya dari komentar tersebut memberikan respon yang baik terhadap dakwah yang disampaikan diterima baik artinya pesan tersampaikan.

Dakwah UAS di Youtube telah memberikan pengaruh sosial positif yang signifikan, terutama dalam meningkatkan pemahaman pengetahuan tentang Islam, membentuk persepsi ke Islaman dan membumikn Islam di era serba digital ini. Keberhasilan UAS dalam memanfaatkan media sosial digital sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan yang relevan dengan kehidupan modern. Serta mudah dipahami telah menjadi inspirasi bagi mad'u yang mendengarkan dan termotivasi para mublaigh lain untuk bergerak menggunakan media digital sebagai alat dakwah yang efektif.

Keberhasilan dakwahnya juga terletak pada bahwasannya mampu mengintegrasikan nilai-nilai Islam tradisional dengan isu-isu kontemporer, sehingga pesan Islam tersampaikan, penting ntuk diingat bahwa dakwah di media digital harus dilakukan dengan bijak dan bertanggung jawab(Wahyudi dan Widiasanty 2024). Para da'I perlu memperhatikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan sesuai dengan ajaran Islam yang benar tidak mengandung unsur provokasi dan kebencian. Selain itu, penting untuk terus mengembangkan strategi dakwah yang kreatif dan inovatif agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Yunita 2024).

YouTube sebagai Media Dakwah Interaktif

YouTube merupakan salah satu platform digital yang paling populer di dunia. Platform ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, berbagi, dan memberikan komentar terhadap video yang ditampilkan. Dalam konteks dakwah Islam, YouTube menjadi media yang sangat efektif karena mampu menyajikan pesan agama secara audio visual.Karakteristik audio visual pada YouTube membuat pesan dakwah lebih mudah dipahami dibandingkan media teks semata. Audiens tidak hanya mendengar ceramah, tetapi juga melihat ekspresi, intonasi, dan gestur dai dalam menyampaikan pesan. Unsur visual tersebut meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah.

Selain itu, fitur live streaming memungkinkan dakwah dilakukan secara langsung dan interaktif. Jamaah dari berbagai daerah bahkan luar negeri dapat mengikuti kajian tanpa harus hadir secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa media digital telah memperluas akses masyarakat terhadap ilmu agama. YouTube juga memiliki algoritma rekomendasi yang membantu penyebaran video dakwah kepada pengguna lain yang memiliki minat serupa. Semakin banyak interaksi berupa like, komentar, dan share, maka semakin besar kemungkinan video tersebut direkomendasikan kepada audiens yang lebih luas.

Popularitas dakwah Ustadz Abdul Somad di YouTube menunjukkan

bahwa masyarakat modern cenderung memilih media yang praktis dan mudah diakses. Ceramah dapat diakses kapan pun dan di mana pun melalui perangkat digital, seperti smartphone. Kondisi ini menjadikan dakwah digital lebih fleksibel dibandingkan dakwah konvensional. Perkembangan media digital telah menjadikan YouTube sebagai salah satu sumber pembelajaran agama bagi masyarakat. Banyak audiens memanfaatkan ceramah Ustadz Abdul Somad untuk menambah wawasan keislaman serta memperoleh solusi terhadap persoalan kehidupan. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan literasi keagamaan masyarakat.

Dalam konteks komunikasi massa, media memiliki kemampuan membentuk persepsi dan cara pandang masyarakat terhadap suatu hal. Ketika masyarakat secara terus menerus mengonsumsi konten dakwah positif, maka nilai-nilai religius akan semakin tertanam dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, dakwah digital memiliki potensi besar dalam membentuk karakter masyarakat yang lebih religius dan berakhlak baik.

YouTube memiliki karakteristik audio visual yang membuat pesan dakwah lebih menarik dibandingkan media teks. Audiens tidak hanya mendengarkan materi ceramah, tetapi juga melihat ekspresi, intonasi, dan gaya komunikasi dai secara langsung. Hal ini meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah karena audiens lebih mudah memahami isi pesan yang disampaikan. Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui YouTube. Tidak hanya memberikan pemahaman agama kepada masyarakat, tetapi juga memengaruhi perubahan perilaku sosial audiens. Konten dakwah yang disampaikan secara rutin mampu membentuk kesadaran masyarakat untuk meningkatkan kualitas ibadah, memperbaiki akhlak, dan memperkuat hubungan sosial antar sesama. Hal tersebut terlihat dari banyaknya komentar audiens yang menyatakan bahwa ceramah UAS memberikan motivasi untuk berubah menjadi pribadi yang lebih baik.

Dalam teori komunikasi persuasif, perubahan perilaku dapat terjadi apabila pesan yang disampaikan komunikator mampu menyentuh aspek emosional dan rasional audiens. Ustadz Abdul Somad menggunakan pendekatan bahasa sederhana, humor, kisah kehidupan sehari-hari, dan dalil agama yang relevan sehingga pesan dakwah mudah diterima oleh masyarakat dari berbagai latar belakang pendidikan. Keberhasilan dakwah UAS di YouTube dipengaruhi oleh kemampuan beliau dalam mengemas materi dakwah yang sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat. Tema-tema seperti pergaulan remaja, keluarga, kematian, pendidikan anak, dan etika sosial menjadi materi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga mudah menarik perhatian penonton.

Tabel 1. Dua Topik Dakwah UAS dengan views terbanyak dan dengan komentar positif tinggi

No	Topik Video Dakwah	Jumlah Views	Jumlah Komentar	Persentase Komentar Positif	Keterangan Positif	Pengaruh
1	<i>Apa yang Kita Siapkan Bekal untuk Sakaratul Maut</i>	266.000	±800 – 1.000	70%	Komentar menunjukkan pesan dakwah tersampaikan, memotivasi audiens, dan meningkatkan kesadaran spiritual.	positif bahwa dakwah dan memotivasi dan kesadaran
2	<i>Hukum Pacaran dalam Islam</i>	-	1.000 komentar dari 10 video	67% (672 komentar positif)	Konten dakwah dengan humor dan konteks kekinian, tingkat engagement tinggi, berpengaruh terhadap pemahaman nilai tingkah laku dan motivasi audiens	dakwah dengan konteks tingkat tinggi, terhadap pemahaman nilai tingkah laku dan motivasi audiens

Beberapa karakteristik youtube yang membuat viewers tertarik menonton unggahan video dilihat dari fitur yang menarik. Media massa saat ini mengalami perkembangan arah kemajuan dalam penyebaran informasi. Masyarakat dunia maya (*Cybercommunity*) dibangun melalui interaksi sosial sesama dari konteks maya dilihat dari youtube terdapat respons komentar dari setiap unggahan. Penyampaian pesan dakwah era saat ini dapat berkembang secara luas.

Ustadz Abdul Somad dikenal sebagai salah satu dai yang berhasil menerapkan komunikasi persuasif melalui media digital. Gaya ceramah yang humoris, penggunaan bahasa sederhana, serta pembahasan tema-tema aktual menjadikan dakwahnya mudah diterima oleh masyarakat dari berbagai latar belakang sosial. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Cangara (2016) yang menyebutkan bahwa efektivitas komunikasi ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens. Selain memberikan pemahaman agama, dakwah digital juga memiliki pengaruh terhadap pembentukan opini dan perilaku sosial masyarakat. Konten dakwah yang terus dikonsumsi audiens melalui media sosial dapat membentuk pola pikir religius dan meningkatkan kesadaran moral masyarakat.

Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Youtube terbukti memiliki pengaruh sosial yang positif secara signifikan di masyarakat. Penggunaan media Youtube memungkinkan jangkauan dakwah mencakup jangkauan yang luas serta

efektivitas dalam penyampaian pesan dakwah tidak terbatas jarak, melalui jaringan komunikasi dakwah digital dakwah bisa diakses di situs Youtube, menjangkau berbagai kalangan usia dan latar belakang. Konten dakwah yang disampaikan menggunakan bahasa yang mudah dipahami, komunikasi penyapaian yang menarik, dan relevansi dengan isu-isu kontemporer, berhasil menarik perhatian dan minat banyak views penonton. Hal ini mempengaruhi pada peningkatan pemahaman agama, penguatan nilai-nilai moral, dan peningkatan toleransi di kalangan penonton. Meskipun terdapat beberapa kontroversi dan kritik, secara keseluruhan dampak positif dakwah UAS melalui Youtube lebih dominan.

Menurut Bungin (2015), media massa memiliki kekuatan dalam membentuk realitas sosial melalui informasi yang disampaikan secara berulang kepada khalayak. Dalam konteks dakwah digital, pengaruh media dapat terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap kajian keislaman serta perubahan perilaku sosial ke arah yang lebih positif. Fenomena meningkatnya konsumsi konten dakwah di media sosial menunjukkan bahwa masyarakat modern memiliki kebutuhan tinggi terhadap informasi keagamaan yang mudah diperoleh serta sesuai dengan kehidupan sehari-hari. Kehadiran dai-dai digital seperti Ustadz Abdul Somad menjadi bukti bahwa media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai sarana edukasi Islam. Dakwah melalui YouTube tidak hanya memberikan hiburan religius, tetapi juga menjadi sumber pembelajaran agama bagi masyarakat.

Oleh sebab itu, pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah perlu terus dikembangkan agar mampu memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan moral dan spiritual masyarakat. Di sisi lain, penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah juga memerlukan perhatian terhadap etika komunikasi digital. Informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat tersebar dengan sangat cepat sehingga dai harus memastikan bahwa materi dakwah yang disampaikan bersumber dari ajaran Islam yang benar dan tidak menimbulkan perpecahan di masyarakat.

Menurut Hefni (2017), komunikasi Islam harus mengedepankan prinsip kejujuran, kedamaian, dan persaudaraan agar dakwah mampu menciptakan harmoni sosial. Oleh karena itu, dakwah digital tidak hanya berfokus pada penyebaran pesan agama, tetapi juga harus memperhatikan dampak sosial dari komunikasi yang dilakukan di ruang digital. Penelitian mengenai dakwah digital menjadi penting karena perkembangan media sosial telah mengubah pola interaksi masyarakat dalam memahami agama. Kajian tentang komunikasi dakwah melalui YouTube dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana media digital digunakan sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam serta pengaruhnya terhadap perilaku sosial masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah dan media digital, khususnya terkait efektivitas YouTube sebagai media dakwah kontemporer di era perkembangan teknologi komunikasi modern.

PENUTUP

Dengan demikian diperoleh hasil penelitian ini dari teori komunikasi dan media, Dakwah UAS di YouTube terbukti berhasil dalam menarik minat mad'u dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Video berjudul apa yang kita siapkan bukan untuk sakaratul maut, memperoleh jumlah tayangan tertinggi dengan 70% komentar yang bersifat positif sementara video hukum pacaran dalam Islam menunjukkan tingkat keterlibatan yang tertinggi dengan 67% komentar positif peneliti melihat dari rentang waktu 29 Desember sampai dengan Januari 2025. Respon dari audiens dari komentar, yang mayoritas bersifat positif ini mencerminkan dampak dari dakwah terhadap motivasi, tingkah laku, dan nilai-nilai sosial di dalam masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa YouTube berfungsi sebagai sarana dakwah digital yang signifikan dan memiliki dampak yang luas. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dakwah kontemporer Ustadz Abdul Somad melalui media YouTube memiliki pengaruh sosial positif yang signifikan terhadap masyarakat. Perkembangan teknologi komunikasi dan media digital telah menjadikan YouTube sebagai salah satu media dakwah yang dinilai efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam secara luas tanpa batas ruang dan waktu. Kehadiran media digital memberikan peluang besar bagi para dai untuk menyampaikan ajaran agama dengan metode yang lebih inovatif, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat modern.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah Ustadz Abdul Somad tidak terlepas dari strategi komunikasi dakwah yang diterapkan dalam setiap ceramahnya. Penggunaan bahasa yang sederhana, gaya komunikasi humoris, penyampaian yang lugas, serta pembahasan tema-tema yang relevan dengan kehidupan masyarakat menjadi faktor utama yang membuat dakwah UAS mudah diterima oleh berbagai kalangan. Selain itu, penggunaan dalil Al-Qur'an dan hadis yang jelas memperkuat kredibilitas pesan dakwah yang disampaikan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dakwah digital memiliki peran penting dalam membangun literasi keagamaan di era modern. Kehadiran YouTube memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap ilmu agama secara lebih mudah dan fleksibel. Namun demikian, penggunaan media digital sebagai sarana dakwah tetap memerlukan tanggung jawab moral agar pesan yang disampaikan tidak mengandung unsur provokasi, ujaran kebencian, maupun informasi yang tidak valid.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, seperti keterbatasan jumlah sampel video yang dianalisis serta belum adanya data kuantitatif yang lebih mendalam mengenai pengaruh dakwah terhadap audiens. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode yang lebih

komprehensif dengan mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif agar memperoleh hasil yang lebih mendalam mengenai pengaruh dakwah digital terhadap masyarakat. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian mengenai strategi komunikasi dakwah para dai di berbagai platform media sosial lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Fachri Wahyudi, Gita Widiastanty, dan Nur'aeni Nur'aeni. 2024. "Pengaruh Konten Vloggers Youtube Jess No Limit terhadap Pembentukan Sikap Gen Z." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2(4):367–78. doi:10.47861/tuturan.v2i4.1378.
- Arsela, Mika, dan Cecep Castrawijaya. 2025. "Analisis strategi perubahan dan pengembangan lembaga dakwah islam di era digital: pendekatan studi pustaka." 05(01).
- Canara Krisana Jaya Lubis, dkk. 2024. *Komunikasi Dakwah Era Digital*. cetakan pertama. Jakarta: Public Indonesia Utama.
- Catur Nugroho, dkk. 2020. *Cyber Society Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Cetakan ke-1. Rawamangun, Jakarta: Kencana.
- Efendi, Erwan, Heri Suseno, dan Nisa Hanum Harahap. 2023. "Dakwah Kontemporer: Pengertian, Sejarah, Metode dan Media untuk Pengembangan Dakwah Kontemporer." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 3(4):1179–87. doi:10.47467/dawatuna.v3i4.3241.
- Harpizon, Habibi Al Rasyid, Rahmad Kurniawan, Iwan Iskandar, Roni Salambue, Elvia Budianita, dan Fadhilah Syafria. 2022. "Analisis Sentimen Komentar Di YouTube Tentang Ceramah Ustadz Abdul Somad Menggunakan Algoritma Naïve Bayes." 5(1).
- Khumaedi, Teddy, dan Siti Fatimah. 2019. "Urgensi Dakwah melalui Media sosial." *Al-Mubin; Islamic Scientific Journal* 2(2):39–46. doi:10.51192/almubin.v2i2.64.
- Nabilah, Nabilah, Nasichah Nasichah, dan Tantan Hermansah. 2022. "Analisis Dakwah Dalam Kajian Fikih Ustadz Abdul Somad Melalui Instagram." *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2(1):193–201. doi:10.47233/jkomdis.v2i3.288.
- Nizar, Muklis. 2018. "Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Abu Fatah Al Bayanuni Dalam Kitab Al Madkhal Ila Ilmi Dakwah)." *Islamic Communication Journal* 3(1):74. doi:10.21580/icj.2018.3.1.2679.

- Nur Ramdhan, Ashraf, dan dkk. 2022. "*Analisis Metode Dakwah Ustadz Abdul Somad di Media Sosial (studi kasus chanel youtube ustadz abdul somad official edisi januari-maret 2021).*" Spektra Komunika 1(1):44–54. doi:10.33752/.v1i1.2351.
- Nur Wachid, Zulfikar Achmad, dan Leily Suci Rahmatin. 2024. "*Analisis Kolaborasi Stakeholder dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Makam Sunan Giri Gresik.*" Journal Publicuho 7(4):2368–78. doi:10.35817/publicuho.v7i4.609.
- Nurbadri Sukanda, Putri. 2023. "*Pesan Dakwah dalam Kemasan Kartun: Analisis Semiotik Model Charles Sanders Peirce Pada Halaman Instagram @ustadzabdulsomad_official.*" An-Nahdliyyah: Jurnal Studi Keislaman 2(1):12–37. doi:10.70502/ajsk.v2i1.61.
- Rahardjo, Pradipta Abhiyoga. 2020. "*Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Abdul Somad dalam Akun Youtube Tafaqqub Video.*"
- Rahim, Umar Abdur, dan Intan Kemala. 2025. "*Transformasi Komunikasi Digital dalam Pendidikan Islam di Asia Tenggara.*" 05(01).
- Rahman, Taufik. 2023. "*Filosofi dan Metode Dakwah Kontemporer (Memahami Landasan Pemikiran dalam Menyebarkan Pesan Islam).*" At-Tadabbur : Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Volume 13.
- Rani, Samsul. 2023. "*Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer.*" AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584) 4(1):207–16. doi:10.37680/almikraj.v4i1.3513.
- Rosid, Afif Abdul. 2020. "*Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Mengikuti Sidang Munaqosah.*"
- Samsudin, Dafrizal, dan Indah Mardini Putri. 2023. "*Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia.*" Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi 7(2):125. doi:10.32332/ath-thariq.v7i2.7474.
- Setyowati, Endang. 2024. "*Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube.*"
- Sulaeman, Arif Ramdan, dan Anhar Fazri. 2020. "*Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah Oleh Ulama Aceh.*" Communication Vol. 11(No.1).
- Syahputra, Dedek, dan Indo Santalia. 2023. "*Metode Dan Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Sosial Youtube.*"

- Uddin, Syaif, dan Abdul Muhid. 2021. *"Efektivitas Pesan Dakwah di Media Sosial Terhadap Religiusitas Masyarakat Muslim: Analisis Literature Review."* Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah 20(1):17. doi:10.18592/alhadharah.v20i1.4835.
- Wahyudi, Achmad Fachri, dan Gita Wideasanty. 2024. *"Pengaruh Konten Vloggers Youtube Jess No Limit terhadap Pembentukan Sikap Gen Z."*
- Yunita, Mella. 2024. *"Transformasi Konten Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Bingkai Dakwah."* Jurnal Syiar-Syiar 4(1):58–69. doi:10.36490/syiar.v4i1.1232.
- Yunus, Muhammad. 2024. *"Analisis Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Abdul Somad: Membumikan Islam di Era Digital."* 2(1).